

**PROCESOS URBANOS Y TRANSFORMACIONES SOCIALES EN TORNO A  
LAS SALAS DE CINE EN BOGOTÁ**

**JAIRO ANDRÉS ÁVILA GÓMEZ**  
**03-393129**

**Trabajo de grado presentado para optar el título de Magíster en Urbanismo**

**DIRIGIDO POR:**

**ARQ. RENE CARRASCO REY**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA  
FACULTAD DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA  
BOGOTÁ, 2005**

**PROCESOS URBANOS Y TRANSFORMACIONES SOCIALES EN TORNO A  
LAS SALAS DE CINE EN BOGOTÁ**

A Mamá y Papá.  
y a Gigi por su apoyo,  
por su fe y su paciencia.  
A Richie por sus sermones  
y su apoyo.  
A Carolina, por querer  
siempre aprender conmigo.

## **PROCESOS URBANOS Y TRANSFORMACIONES SOCIALES EN TORNO A LAS SALAS DE CINE EN BOGOTÁ**

### **RESUMEN**

La difusión del cine en las primeras tres décadas del siglo pasado, y su evolución paralela con el desarrollo de nuevos medios de transporte y comunicaciones y con la aparición de nuevas actividades urbanas de masas, estimuló su rápido reconocimiento como actividad cultural ligada al tiempo libre y asociada al concepto de ocio.

La exhibición cinematográfica tuvo desde sus orígenes un papel fundamental como actividad ligada al consumo durante el tiempo de ocio de amplios sectores de población y consolidó sus edificios como el tipo de equipamiento colectivo de carácter privado más representativo no sólo cuantitativamente, sino además desde la perspectiva de su significado cultural, como vehículo de difusión de ideas que comunicó a la gran mayoría de bogotanos, las noticias y modas que contribuyeron a cambiar las tradiciones y costumbres propias de la pequeña y aislada ciudad de principios de siglo.

La edificación de estos equipamientos en Bogotá representó una novedad arquitectónica y cultural, porque introdujo nuevos lenguajes arquitectónicos y nuevos significados para una actividad cultural que portaba la señal de los “nuevos tiempos”, y llenaba con su imagen moderna el espacio urbano y el espíritu de sus habitantes.

Los espacios de exhibición evolucionaron hasta las formas y rituales que hoy conocemos, como resultado del desarrollo de una industria que ha sabido moldear e imponer necesidades a los consumidores; pero el destino de las salas de cine antiguas se ha visto afectado por las tendencias de relocalización metropolitana, tendencias que han determinado una distribución descentralizada de los nuevos equipamientos dedicados a la exhibición y han conducido al abandono y mutilación de muchos de los primeros templos de la exhibición.

### **PALABRAS CLAVE**

Sala de exhibición, modernidad, ocio, tiempo libre, espectáculo.



## **URBAN AND CULTURAL DYNAMICS ABOUT MOVIE THEATRES IN BOGOTA**

### **ABSTRACT**

It is a fact, the auditoriums for the movies in Bogota have not been studied from an architectural point of view nor as a cultural and private buildings system source of urban and cultural dynamics; even now, they are seen simply as other part of the cinematographic industry and its urban significance have not been recognized yet.

During the first years of the past century, and as a result of social changes, going to the movies became an overwhelming experience between the entertainment alternatives, and was the only one activity clearly organized in the urban space with its own and modern image.

From its first years to today, the edification of this equipment have represented the marvel of the modernity captured in this extraordinary urban experience that symbolizes the new times; and then the question arise: which is a better experience, the architectural design of its theatres or the effect of the movie itself?

### **KEY WORDS**

Movie theatres, entertainment alternatives, leisure time, modernity.

**FORMATO UNICO PARA ENTREGA DE LOS TRABAJOS DE GRADO**

**TÍTULO EN ESPAÑOL :**

**TÍTULO EN INGLÉS:**

**RESUMEN EN ESPAÑOL (MÁXIMO 250 PALABRAS):**

**TRADUCCIÓN DEL RESUMEN AL INGLÉS:**

**DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL (MÁXIMO 5):**

**TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS DESCRIPTORES:**

**FIRMA DEL DIRECTOR:**

**Nombre(s) completo(s) del(los) autor(es) y (Año de nacimiento):**

## **ÍNDICE**

	<b>PAGS</b>
<b>INTRODUCCIO</b>	<b>I</b>
<b>1. CINE PARA UNA CIUDAD CAMBIANTE</b>	
1.1 UNA MIRADA ACERCA DE LA RECREACIÓN Y EL OCIO	6
1.2 LAS SALAS DE CINE COMO ELEMENTO DE LA ESTRUCTURA URBANA	10
1.3 FUNCION SOCIAL DEL CINE	14
1.4 ESPECIALIZACIÓN DE UNA NUEVA ACTIVIDAD	27
1.5 CINE Y OTRAS ALTERNATIVAS DE ESPARCIMIENTO	31
<b>2. SEIS FASES EN LA FORMACIÓN DEL SISTEMA DE CINES</b>	
2.1 CIEN AÑOS DE SALAS DE CINE	39
2.2 FASE I: (1898 –1912) LA MARAVILLA INVASORA	42
2.3 FASE II: (1913-1929) LOS PRIMEROS TEMPLOS	49
2.4 FASE III: (1930-1939) LOS EDIFICIOS DE LA MODERNIDAD	66
2.5 FASE IV: (1940-1969) LA EDAD DE ORO	71
2.6 FASE V: (1970-1992) CRISIS Y NUEVAS PROPUESTAS	94
2.7 FASE VI: (1993-2005) UNA NUEVA ERA	110
2.8 TRES TIPOLOGÍAS PARA CIEN AÑOS	118
<b>3. SALAS DE CINE Vs. NUEVAS TECNOLOGÍAS AUDIOVISUALES EN EPOCA DE GLOBALIZACIÓN</b>	
3.1 PANORAMA MUNDIAL DE SALAS DE ESPECTADORES	149
3.2 LA EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS EN EL ESPACIO PRIVADO	163
<b>4. CONCLUSIONES</b>	<b>170</b>
<b>5. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>180</b>
<b>6. PLANOS, GRAFICOS Y ANEXOS</b>	
6.1 DATOS COMPARATIVOS 1975 – 2005	184
6.2 SALAS DE CINE: PERIODIZACIÓN Y DATOS	190
6.3 LISTADO DE DIRECCIONES	193
6.4 IMPLANTACIÓN AÑO A AÑO DE SALAS DE CINE EN BOGOTÁ	197
6.5 LOCALIZACIÓN DE SALAS POR DÉCADAS (1930-1990)	198

## INTRODUCCIÓN

En el principio fueron las películas. No los cines<sup>1</sup>.

La presente investigación es acerca de los orígenes, adaptaciones y transformaciones de un tipo particular de equipamiento que aparece en Bogotá en la segunda década del siglo XX, aunque su reconocimiento como alternativa de esparcimiento en el espacio urbano, se da desde el último bienio del siglo XIX, cuando la exhibición de películas inició su carrera para conquistar un público que le otorgara la importancia propia de un gran espectáculo de masas.

La comercialización de las películas, productos de una industria que se consolidó rápidamente en los primeros años del siglo XX gracias al éxito de una recién inventada máquina conocida como cinematógrafo, convertiría en menos de dos décadas la asistencia a cine en una de las principales actividades comerciales en las grandes y pequeñas ciudades de todo el mundo, que casi sin excepción tanto en Europa como en América vieron surgir miles de teatros destinados exclusivamente a servir de escenario para esta mágica actividad.

Asistir al cine se constituyó durante varias décadas en el acto recreativo y social más importante y significativo, pero fundamentalmente en sus primeros años, el *ir al cine* fue sin duda un hecho social que como forma de ocio urbano trascendió el acto de ver las películas que los exhibidores ofrecían pues su verdadero éxito estaba relacionado con la novedad de los lugares de exhibición, convertidos en espacios públicos de consumo que congregaban públicos totalmente heterogéneos. Mientras desde su aparición, la industria de la televisión encaminó sus objetivos hacia una futura colonización de los hogares, las salas

de cine desempeñaron desde principios de siglo un papel fundamental en el proceso de modernización social y física de Bogotá, ciudad en donde lo público y lo privado se comenzó a definir desde una nueva valoración que redireccionaba el proceso histórico de construcción material de la ciudad.

El papel que representaron las salas en el proceso de modernización del espacio urbano, aun no ha sido reconocido, como aun no ha sido reconocido el rol del cine como única actividad socio-cultural vinculada con el tiempo libre de los bogotanos que atravesó el siglo en medio de crisis y auges, generando de manera directa e indirecta, procesos y dinámicas que incidieron en la configuración espacial y en las costumbres culturales de Bogotá.

Es importante señalar la poca profundidad con que los estudios sobre Bogotá han tratado el tema de las salas de cine, desde la mirada urbana, arquitectónica o histórica<sup>2</sup>, ignorando además de la cantidad de teatros construidos, la originalidad de su proceso de génesis y evolución como equipamiento promovido casi de manera exclusiva con capital privado.

La aparición de estos equipamientos paralelamente a otros de carácter institucional y de servicios durante la primera etapa del proceso de ensanche y modernización física de Bogotá, aportó una imagen arquitectónica que además de albergar una actividad urbana totalmente nueva, propició la introducción de lenguajes edilicios característicos de la anhelada y esquivada modernidad, con que tanto se soñaba en aquellos años.

Los espacios destinados a presentar las funciones cinematográficas lograron constituirse en diferentes épocas en verdaderos hitos urbanos, y su temprana inserción en tejidos de barrios populares y obreros contribuyó a la socialización urbana de la actividad cultural y de ocio que durante cien años reunió más personas que ninguna otra.

<sup>2</sup> La única investigación que analiza histórica y cuantitativamente este tema es:

FUQUENE BARRETO, Juliana. Las salas de cine en Bogotá. Santafe de Bogotá, 1999, Op. Trabajo de grado (Historiador). Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Historia.

La construcción constante de teatros dotados de las diferentes tecnologías para la proyección de cine, a lo largo del siglo anterior, es un fenómeno particularmente interesante por cuanto el número de estos edificios sobrepasa fácilmente el de cualquier otro tipo de equipamiento destinado a la realización de actividades de esparcimiento.

Tanto por su significado e imagen, como por su arquitectura y su dimensión urbana, las salas de cine merecen un capítulo aparte al analizar la historia bogotana del siglo pasado.

Durante las últimas tres décadas hemos sido testigos de los procesos de cierre o demolición de las salas de cine bogotanas y hemos presenciado además, los cambios o mutilaciones que muchas de ellas han sufrido para ser adaptadas a otros usos más rentables, despojándolas por completo de su significado urbano así como de su valor arquitectónico.

El abandono o las transformaciones causadas a las salas de cine que milagrosamente aún se mantienen en pie, las han convertido dentro del paisaje urbano de la capital, en sobrevivientes y testigos –ignorados o simplemente desconocidas por la mayoría de nosotros- de distintas épocas en las cuales representaron los principales centros de integración y animación social.

Sólo algunas conservan aún su condición como puntos de referencia dentro de la estructura urbana, a pesar de no funcionar para el uso original al que fueron destinados, y sus nombres evocan todavía entre los habitantes de los barrios en que se localizaron, antiguas épocas de gloria de las salas de cine, algunas de ellas no muy lejanas.

Las tipologías impuestas en los primeros años para este equipamiento, van desde el gran templo entendido como el edificio de imagen monumental –aunque se construían en diferentes escalas con las mismas características- que se erige como símbolo de una actividad moderna, hasta aquellas de los últimos años, en las cuales la Arquitectura desaparece, y los edificios para la exhibición de cine son despojados de su antiguo significado ante la aparición de la sala como apéndice o parte de los centros comerciales en donde la película como producto, se vende junto a tantos otros bajo un mismo techo.

El doble fenómeno, de desaparición o cambio de uso de las salas de cine bogotanas debe entenderse además como una tendencia global pues no se puede pasar por alto la importancia de las causas inherentes al desarrollo de la industria cinematográfica y los cambios de políticas en el contexto nacional e internacional, como causas directas de transformaciones en el sistema de teatros de cine consolidado ya para la década de los sesentas, así como otras causas ligadas a dinámicas de sustitución progresiva de esta actividad urbana por nuevas y diferentes formas de recreación social en nuevos espacios, como producto del crecimiento metropolitano y de nuevas propuestas de consumo masivo.

Como producto del análisis desarrollado en el presente trabajo y de la reflexión histórica en torno a la importancia socio-cultural y urbana de los edificios destinados a la exhibición de cine, en el capítulo segundo, definimos seis fases en la formación de lo que denominamos el sistema metropolitano de cines.

Con base en las ilustraciones tomadas de archivo y del trabajo de campo realizado, que ilustran el inventario de aperturas y cierres o desapariciones de las salas, elaborado sobre información extraída de las carteleras de cine del diario El Tiempo<sup>3</sup> durante los años señalados, y que ofrecen un importante instrumento de referencia, pretendemos dejar planteada una base para la posterior profundización de este tema, que tantas lecturas y posibilidades de análisis ofrece.

En conjunto con otros datos relevantes para el objeto de este estudio tales como frecuencia de exhibición, número de películas proyectadas y en los últimos años el número de pantallas, obtenidos en la consulta hemerográfica y documental, hemos realizado las observaciones de campo que aportan al trabajo un registro fotográfico que busca complementar la historia aquí contada.

<sup>3</sup> Se realizó fundamentalmente, un trabajo de revisión y verificación de la información recolectada y organizada por Juliana Fúquene en el trabajo mencionado anteriormente, y se complementó o corrigió en los casos detectados.

El proceso que nos condujo a la delimitación del tema de esta tesis surgió de una reflexión inicial acerca de la importancia de la recreación y el ocio para el hombre moderno y de la evolución de los espacios dedicados a dichas actividades en la configuración espacial en una ciudad como Bogotá; y en tanto el desarrollo de la idea que originó el presente trabajo requirió de una aproximación a estudios y análisis sobre diversos temas hechos desde diferentes disciplinas como la sociología, la historia, la arquitectura y el urbanismo, nos parece importante citar el siguiente fragmento de Juan Luis Piñón, que en gran medida sintetiza una visión que compartimos y que sin duda pesó significativamente durante el recorrido que nos llevó a concluir este estudio (que aún no concluye):

Pensamos que el valor del reconocimiento de cualquier especificidad histórica, urbana, rural, o de cualquier otro tipo radica, paradójicamente, en la diversidad de su contenido, en la imprecisión de sus límites, en todo aquello que aconseja una continuada reformulación del conocimiento.

La ciudad como objeto de conocimiento histórico posee unas características que la aíslan y distinguen de otros objetos, aunque compartan las mismas fuentes y discurren por los mismos lugares.

Su complejidad exige, en última instancia, un gran esfuerzo metodológico antes de su individualización como objeto de estudio.

Es por ello por lo que intentamos abrir vías de acuerdo entre todos aquellos que, aun aceptando que la historia de la ciudad no coincide con la historia de la urbanística, creemos, no obstante, en su complementaridad<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> PIÑÓN, Juan Luis. Apreciaciones sobre los márgenes de la historia urbana. En : Ayer : La Historia Urbana. No. 23, 1996; p. 15.



## **1. CINE PARA UNA CIUDAD CAMBIANTE**

### **1.1 UNA REFLEXIÓN ACERCA DE LA RECREACIÓN Y EL OCIO**

La recreación es comúnmente definida como la actividad realizada con el fin de hallar recompensa en el ejercicio mismo de la actividad escogida, y a la cual nos entregamos en nuestro tiempo de ocio por cuanto nos ofrece una salida o alternativa con respecto al trabajo diario y que realizamos como resultado de un deseo interno y no por algún tipo de coacción; por lo cual, toda definición de ocio está enmarcada siempre en una relación opuesta al trabajo.

Tal vez la definición más interesante en relación con el tema tratado, nos la presenta George Soule: "el trabajo es un fenómeno del mercado al que debe adaptarse el individuo, pero del que puede escapar por el ocio, que es el tiempo que se tiene aparte del trabajo y que será empleado para el descanso o la completa indolencia, aunque también podría ser empleado para el juego"<sup>5</sup>, y en este sentido el ocio podría asumirse como el tiempo del cual dispone el individuo para utilizarlo como lo desee, que no ha de proporcionar productos y que a diferencia del trabajo que es una actividad remunerada, el ocio se goza principalmente gastando dinero.

<sup>5</sup> ANDERSON, Nels. *Sociología de la comunidad urbana: una perspectiva mundial*. 1 ed. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1965. p. 431.

Joffre Dumazedier, define el ocio como: “La persecución a la que cada hombre se puede dedicar de acuerdo con su inclinación - fuera de las demandas de su trabajo, familia y sociedad - hacia el descanso, la diversión o el enriquecimiento personal”<sup>6</sup>, y realiza un amplio análisis de este fenómeno, partiendo de su definición como estructura compleja que a su vez configura uno de los elementos centrales de las sociedades modernas debido a su estrecha relación con los grandes problemas de las esferas del trabajo, la familia y la política, sobre los cuales ejerce una creciente influencia.

El mismo autor, define tres funciones primordiales del ocio que pueden coexistir simultánea o alternativamente en una misma actividad de ocio<sup>7</sup>: la función de descanso cuyo objeto es liberar al individuo de la fatiga, el desgaste mental y el trastorno físico y nervioso producidos por las tensiones derivadas de las obligaciones cotidianas y principalmente de aquellas provenientes del trabajo; la función de diversión que busca liberar del aburrimiento a través de la evasión hacia actividades diferentes a las cotidianas; y la función de desarrollo de la personalidad que busca liberar de los automatismos del pensamiento y de la acción cotidiana, funciones estas que sintetiza así: “El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales”<sup>8</sup>.

Al comparar los textos y los autores europeos y norteamericanos, encontramos que la recreación es un término más empleado por estos últimos y es generalmente usado como sinónimo de ocio, como puede apreciarse en la definición de George Butler que para 1949, expresaba el punto de vista de la National Recreation Association: “La recreación ha sido definida diversamente como experiencia lograda por uno solo o con otros para el obsequio propio y para hallar placer en ello, como expresión de la naturaleza interna del hombre, como satisfacción de los apetitos humanos básicos, como forma de experiencia del tiempo

<sup>6</sup> Ibid., p. 431.

<sup>7</sup> DUMAZEDIER, Joffre. *Hacia una civilización del ocio*. 1 ed. Barcelona: Estela, 1964. p. 29-30.

<sup>8</sup> Ibid., p. 31.

de ocio en la que un individuo obtiene satisfacción física, mental o espiritual en su participación en ciertas formas de actividad"<sup>9</sup>.

Irwin Sanders observó que la recreación es la forma en que la gente gasta su tiempo de ocio, pero hay quien convierte el termino en re - creación y lo aplica a lo que ellos y la comunidad podrían describir como usos constructivos del ocio, dando una idea de creación, alivio y renovación de la energía para el mundo del trabajo diario y que cubre el amplio sector de actividades e intereses abarcados por el término; pero tal vez el principal aporte de Sanders haya sido el clasificar la recreación en tres subsistemas : comercial, público y privado<sup>10</sup>.

Del subsistema comercial aclara que es aquel que procura dar al público lo que se piensa que el público quiere y procede a persuadirlo de formar cola en las taquillas pues básicamente la meta de toda industria de ocio es hacer que más gente quiera las mismas cosas y que todavía más gente haga las mismas cosas; y acerca del subsistema privado, es importante tener en cuenta la afirmación de Wilbur Hallenbeck según la cual el hogar es por excelencia el centro de la actividad de ocio individual puesto que algunos de los dispositivos recreativos modernos como la radio, la televisión y los reproductores de imagen y sonido se utilizan fundamentalmente en los hogares<sup>11</sup>.

Los juegos, las reuniones y las fiestas se han mantenido centrados en el hogar y gran cantidad de aficiones son cultivadas por los individuos en su propia casa aunque los grupos privados organizados para el ocio o para otros propósitos que incluyen el ocio, sean en las sociedades actuales, numerosos y variados: van desde el club campestre exclusivo hasta los clubes sociales y atléticos; el servicio público para el ocio mantiene una posición intermedia entre la actividad del ocio proporcionada por empresas comerciales y la que proporcionan los grupos privados.

<sup>9</sup> ANDERSON, Op cit., p. 432.

<sup>10</sup> Ibid., p. 447.

<sup>11</sup> Ibid., p. 449.

Cualquier actividad ociosa que se vuelve popular tiene una buena oportunidad de volverse profesional lo cual implica generalmente su comercialización y por supuesto algún tipo de propuesta arquitectónica que debe representarla y promoverla espacialmente al interior de las ciudades.

Una tras otra, las actividades ociosas propias de la vida en las ciudades se han comercializado para el consumo de las masas y han generado nuevas tipologías en constante y rápida evolución: las carreras de caballos, el boxeo, el béisbol, el baloncesto, el fútbol, el cine, la radio y la televisión, sería difícil encontrar alguna actividad de ocio que no implique un costo, aunque así mismo existen muchos niveles de costo monetario aún para los mismos tipos de ocio y según la importancia adquirida por estos de acuerdo a la localización en la ciudad de los espacios adaptados para el espectáculo.

Es importante reseñar el análisis hecho por algunos sociólogos, acerca de la disminución o relativo estancamiento en nuestras ciudades de bienes *simbólicos situados*, que son aquellos que requieren la asistencia a un lugar o espacio específico dotado de características especiales y localizado en puntos estratégicos en el espacio urbano, como ocurre con los teatros y cines; y el incremento generalizado de *bienes simbólicos a domicilio* como la radio, la televisión, el video y los computadores, en un proceso de orden global que puede observarse incluso en ciudades intermedias de Colombia.

En este punto nos parece importante citar, la visión más aceptada en torno a la relación entre las instituciones de entretenimiento más importantes del siglo XX:

El cine no es la primera institución de entretenimiento que abarca un gran número de espectadores aparentemente pasivos.

Por otra parte, el cine tampoco es el primer arte de masa o arte popular.

Pero sí es el cine el primer medio de comunicación de masas que por sí mismo ha dado origen a una industria del entretenimiento. En este aspecto precede a otros dos medios de comunicación de masas, la radio y la televisión, que llegaron más tarde y que, lo que es bastante curioso, siguieron una dirección distinta del cine, si se miran desde el punto de vista sociológico. Pues mientras que el cine saca a la gente de sus casas para meterlas en inmensas salas, acentuando, por decirlo así, el efecto del teatro y del "music-hall", la radio y la televisión, lo mismo que los libros, son

difundidos medios de comunicación que penetran en el hogar. Puesto que en la sociedad moderna la casa es el centro de la familia, y puesto que las familias raramente están juntas si no es durante las comidas o el tiempo libre, el efecto de la radio y la televisión es mantener junta a la familia en el hogar donde dichos medios pueden interactuar<sup>12</sup>.

El acceso a la mayoría de bienes simbólicos esta condicionado por la disponibilidad de recursos económicos y educativos principalmente, pero también por hábitos culturales y familiares que crean tendencias en la administración del tiempo libre en diferentes sectores de la población.

En grandes ciudades como Bogotá, se percibe fácilmente la desigualdad de esas condiciones básicas agravadas por la desequilibrada distribución de los centros educativos, librerías, teatros y cines, más numerosos en el caso de Bogotá, en los sectores norte y centro a diferencia de algunos casos de ciudades latinoamericanas que presentaron una tendencia en la cual el cine y los centros deportivos fueron las alternativas culturales más frecuentadas por amplios sectores populares.

## **1.2 LAS SALAS DE CINE COMO ELEMENTOS DE LA ESTRUCTURA URBANA**

Para el tema de nuestro estudio, las leyes de agregación de los elementos colectivos y los caracteres tipológicos del espacio colectivo definidos por Maurice Cerasi<sup>13</sup> constituyen un marco dentro del cual es posible realizar una lectura acerca de las transformaciones del espacio urbano bogotano a partir de una mirada a lo que podemos denominar sistema de salas de exhibición, en tanto este sistema se presenta como un conjunto en constante redefinición de sus atributos y sus jerarquías.

<sup>12</sup> JARVIE, I. C. *Sociología del cine*. 1 ed. Madrid : Guadarrama, 1974. p. 164

El espacio colectivo, definido por Maurice Cerasi como “el sistema unitario de espacios y de edificios englobados en el territorio urbanizado que tienen una incidencia sobre la vida colectiva, que definen un uso común para amplios estratos de la población y que constituyen la sede y los lugares de su experiencia colectiva”<sup>14</sup>, se estructura a partir de cinco elementos<sup>15</sup>:

- 1) Espacios y edificios públicos.
- 2) Actividades centrales y áreas centrales.
- 3) Monumentos.
- 4) Servicios urbanos.
- 5) Áreas verdes y espacio abierto.

Las salas de cine que en su condición de equipamiento conforman el conjunto de los edificios públicos, permiten ser analizadas en una triple dimensión según los tres factores que para Cerasi determinan la importancia de las categorías y elementos que conforman la estructura urbana<sup>16</sup>:

#### • **FACTOR CUANTITATIVO**

Determina que un espacio es tanto más significativo para la colectividad cuanto más amplio es el número de ciudadanos que lo utilizan o que lo conocen y cuanto más largo es el período histórico durante el cual ha ejercido su influencia.

#### • **FACTOR CULTURAL**

Obedece a la atribución histórica y social de significados otorgados a determinada función, espacio o edificio.

<sup>13</sup> CERASI, Maurice. El espacio colectivo de la ciudad. I ed. Barcelona : Oikos Tau, 1990. p. 97.

<sup>14</sup> Ibid., p. 87.

<sup>15</sup> Ibid., p. 89.

<sup>16</sup> Ibid., p. 88.

## • FACTOR ESPACIAL Y GEOGRÁFICO

La centralidad geográfica o arquitectónica, el vínculo con un recorrido importante, la inserción en la ciudad y la magnitud del espacio facilitan y exaltan el flujo colectivo.

El exámen de los elementos urbanos y el análisis de las relaciones entre estos y con la ciudad, a la luz de los factores mencionados, requieren necesariamente una medición de la cantidad y las dimensiones de los componentes del espacio colectivo, así como la descripción del modo en que estos se constituyen físicamente en el espacio<sup>17</sup>.

La dificultad que describe Cerasi para distinguir entre servicios y otros elementos colectivos en la ciudad tanto en los valores arquitectónicos como en la ubicación dentro de la estructura urbana y que sólo puede establecerse cuando “el hecho colectivo en la ciudad capitalista explota escindiéndose en elementos de los cuales algunos -y justamente los servicios- son empujados por una fuerza centrífuga irresistible hacia la periferia, y otros -las actividades centrales, los elementos más representativos- son atraídos por la fuerza centrípeta del sistema central”<sup>18</sup>, es patente en el caso de la aparición y evolución de las salas de cine en Bogotá, principalmente en los periodos que podrían denominarse de transición entre la implantación de nuevas tipologías y la desaparición o transformación de las pertenecientes al periodo anterior.

De estas leyes o principios propios del espacio colectivo<sup>19</sup> retomamos para este estudio los siguientes:

- La lógica según la cual las actividades comerciales y los lugares y edificios públicos más representativos tienden a colocarse en un sistema de espacios y de construcciones claramente reconocible y continuo, debido a factores económicos, funcionales, morfológicos e históricos, de tal manera que la concentración actual de forma no casual puesto que “tiene lugar mediante una emergencia de unos centros de gravedad respecto al centro geográfico y se consolida en torno a unos recorridos

<sup>17</sup> Agregaciones, distribución, forma de la edificación.

<sup>18</sup> Ibid., p. 92.

privilegiados, cuya constitución es un factor caracterizador en cualquier tejido urbano”.

- La necesidad de una reconocibilidad arquitectónica del conjunto de los elementos colectivos que pareciera corresponder a la exigencia de hacer legibles los lugares y los valores más representativos de la colectividad.
- La superación de las funciones locales de cualquier elemento colectivo y su inclusión en un sistema más amplio de usos ciudadanos tendiente a construir una memoria colectiva unitaria alrededor de este.
- El principio de la transmisión de formas históricas en los elementos del espacio colectivo independientemente de sus distinciones de uso, según el cual un modelo arquitectónico puede ser trasvasado de una cultura ( y de una época ) a otra, sin que exista correspondencia entre las funciones originales y las asumidas en el nuevo contexto.

Y precisamente a partir de estos lineamientos, centramos el objetivo fundamental de este trabajo, básicamente en torno al análisis de las lógicas de implantación de las salas de cine en Bogotá y las dinámicas que propiciaron el movimiento de la oferta de este servicio dentro de la estructura urbana, con el fin de determinar su papel en la formación y/o consolidación de ejes y en la formación y/o consolidación de centralidades.

---

<sup>19</sup> Ibid., p. 97.



### **1.3 FUNCIÓN SOCIAL DEL CINE**

En las escasas investigaciones que abordan algún aspecto de la relación cine-ciudad, el periodo en el cual es introducido el cine en Bogotá es analizado principalmente a través de la anécdota personal de protagonistas de los hechos.

Aunque el testimonio escrito y el material fotográfico que existe sobre la época así como los artículos de prensa especialmente del diario El Tiempo que nos dan indicios acerca del impacto que generó en la sociedad bogotana la novedad tecnológica traída por viajeros aventureros, es notable así mismo, la escasa información que existe sobre el desarrollo del sistema exhibidor en Bogotá en los años en que se da su auge y consolidación, lo cual implica un reto adicional al abordar investigaciones en este campo.

La necesidad de describir los procesos, adaptaciones y cambios del sistema exhibidor que se desarrolló en Bogotá, y su honda repercusión en la vida urbana de las generaciones de ciudadanos que vieron transformarse la pequeña ciudad de 1900 en la gran metrópoli del 2000, adquiere su importancia por cuanto el tema en si es un referente indispensable como indicador de los cambios espaciales y culturales de la ciudad a lo largo del siglo XX.

Resulta extraño entonces, el desconocimiento en que la historia social, urbana y cultural de Bogotá ha mantenido al fenómeno de la masificación del cine y la evolución del sistema de exhibición, aspectos que modificaron no sólo la manera de “ir a ver” cine sino además la forma como el ciudadano veía su ciudad y los elementos que la conformaban.

Según la noción de ciudad burguesa definida por José Luis Romero, los modelos provenientes de la Inglaterra victoriana y el de la Francia de Napoleón III tuvieron mayor influencia como imágenes que las pequeñas capitales latinoamericanas del siglo XIX quisieron reproducir, y bajo su influjo se consolidaron en las nuevas actividades urbanas,

las burguesías emergentes obsesionadas con fabricar sus propios espacios al estilo de sus referentes europeos<sup>20</sup>.

Los nuevos espacios y edificios que salpicaron las pequeñas ciudades coloniales, aparecieron como mensajeros de la condición de clase superior de estas burguesías, principalmente a través de símbolos altamente reveladores de su creciente riqueza.

Hicieron entonces su aparición, los clubes de estilo inglés, consolidados con el tiempo como reductos de las nuevas burguesías desde donde estas dirigieron la vida social y en alguna medida la vida económica y política.



Avisos en "EL TIEMPO", 1920.

Junto a los clubes fueron apareciendo otros espacios urbanos de reunión como los restaurantes y los teatros, descritos a principios del siglo XX como lugares imprescindibles para los miembros de una sociedad que empezaba a valorar más que antes, el hecho de "ver y ser vistos".

<sup>20</sup> ROMERO, José Luis. *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. 1 ed. México D.F.: Siglo Veintiuno Editores, 1976. p. 284.

De otro lado, se construyeron espacios para la juventud burguesa que consagraba ahora parte de su tiempo libre a la práctica de deportes como el hockey, el tenis, la esgrima y otros que debían ser practicados exclusivamente en clubes cerrados.

En el cambio de siglo, la revolución técnica conmocionó a América Latina al trastocar el aislamiento urbano que los amplios sectores populares padecían debido al clasismo que gravitaba sobre todos los niveles de la vida social en las ciudades y que dejaba para ellos nada más que los espectáculos típicos, como cierto tipo de juegos de azar, el teatro de tandas, el circo y las fiestas cívicas y religiosas; según Monsiváis:

El público latinoamericano se ilusiona con un *tiempo libre* usado a la manera de los norteamericanos, y allí, en el salto de la identidad antigua a la integración superficial, se producen los acomodados, la certeza digamos de que la tradición es sinónimo del bostezo y la modernidad es sucursal de la alegría<sup>21</sup>.

El estilo de vida que las clases altas habían modelado con marcada influencia europea dio un giro importante después de la primera guerra mundial cuando las costumbres norteamericanas ampliamente difundidas a través del cine socavaron poco a poco costumbres y tradiciones, pues desde las primeras décadas del siglo XX, las exhibiciones itinerantes de cinematógrafo y luego las salas de cine se abrieron paso como principales atracciones para un gran público que abarcaba todos los estratos sociales y asistía para entretenerse y observar cosas que la gran mayoría quizás sólo a través del nuevo invento podría observar, como lo corrobora Martín – Barbero:

Según Edgar Morin, el cine fue hasta 1950 el medio que vertebró la cultura de masas; y bien, eso lo es y de un modo muy especial para la cultura de masas en Latinoamérica el cine mexicano. Él es el centro de gravedad de la nueva cultura porque “el público mexicano y el latinoamericano no resintieron al cine como fenómeno específico artístico o industrial. La razón generativa del éxito fue estructural, vital; en el cine este público vio la posibilidad de experimentar, de adoptar nuevos hábitos y de ver reiterados códigos de costumbres. No se accedió al cine a soñar: se fue a aprender. A través de los estilos de los artistas o de los géneros

<sup>21</sup> MONSIVÁIS, Carlos. *Aires de familia: cultura y sociedad en América Latina*. 1 ed. Barcelona: Anagrama, 2000. p. 221.

de moda, el público se fue reconociendo y transformando, se apaciguó, se resignó y se encumbró secretamente”<sup>22</sup>.

La percepción que el público latinoamericano se formó acerca del significado de lo moderno, tuvo su principal fuente en el cine, y este proceso es descrito tempranamente por Mc Luhan, haciendo referencia a un episodio comentado por el presidente Sukarno en Indonesia, en 1956, a un numeroso grupo de ejecutivos de Hollywood:

Dijo que les veía como políticos radicales y revolucionarios que habían precipitado en grado muy notable el cambio político en Oriente. Lo que el Oriente veía en las películas de Hollywood era un mundo en el que todas las *personas comunes* tenían automóvil, cocina eléctrica y refrigerador. Por lo tanto, ahora el oriental se ve a sí mismo como una persona común desposeída de derechos que el hombre tiene al nacer.

Ésta es otra manera de obtener una visión del medio cinematográfico como algún monstruoso anuncio de artículos de consumo. En realidad el cine es una poderosa extremidad del gigante industrial. El cine es, tanto como puedan serlo el alfabeto o la palabra impresa, una forma agresiva e imperialista que estalla hacia fuera penetrando en otras culturas.

Lejos de nuestro mundo, está anunciando su contracción a la magnitud de una

Y sin duda, la cita anterior apoya una opinión que compartimos con Monsiváis:

El cine es un ordenamiento paralelo a la política, y su inmediatez distribuye modelos de vida o de sensualidad que se acatan en forma casi unánime, se reconozca esto o no. Todo de venera y se imita. Tonos de habla, vestimentas, instrucciones para el manejo del rostro y del cuerpo, gestualidad del cinismo y de la hipocresía, convicción íntima de la apostura o de la insignificancia facial, escuela del lenguaje de las familias. ¿Quién que es no va al cine como alumno planetario?<sup>24</sup>.

La búsqueda una imagen cosmopolita capaz de imponerse sobre las formas de vida provincianas imperantes hasta entonces, facilitó la adopción del cine como principal actividad urbana.

<sup>22</sup> MARTÍN-BARRERO, Jesús. De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. 2.ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1991. p. 180.

<sup>23</sup> Mc LUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. 1.ª ed. México D.F.: Diana, 1969. p. 359.

<sup>24</sup> MONSIVÁIS, Op. cit., p. 55.

Durante las dos primeras décadas del siglo **XX** se formaron en Bogotá además de las clases medias, las burguesías que progresivamente se encargaron de introducir nuevos estilos de vida, que influirían –unos más que otros- en el desarrollo espacial y cultural de la ciudad.

La actividad del **entretenimiento** registró un cambio esencial al comenzar el siglo **XX** cuando salió del reino del hogar y pasó del ambiente privado o muy minoritario, a lo público, trastocando inclusive el orden urbano existente pues desplazó el **entretenimiento** privado ejecutado en el seno de la familia y que incluía veladas lírico-musicales, sermones patriarcales, lecciones de abnegación maternal y ruedas de chismes, hacia el espacio eminentemente público en el reino de la ciudad.

Los representantes de la *alta cultura capitalina* se asombraron ante lo que bien podríamos denominar una *democratización del ocio*, y vieron con especial preocupación la popularidad rápida e inesperada que alcanzó el cinematógrafo entre todas las actividades que año tras año aparecían, pues a la exhibición cinematográfica podía asistir cualquier ciudadano.

Esta situación minaba el carácter clasista y excluyente de la casi totalidad de actividades lúdicas y de esparcimiento disponibles que estaban claramente representadas en el paisaje urbano: la heterogeneidad del público asistente al cine fue clara en los primeros años, y sólo tras la aparición de los primeros templos de proyección, las clases altas pudieron crear algún tipo de barreras para no mezclarse con los obreros y clases bajas.

Básicamente con la aparición de las salas de barrio, el cine logró ubicarse en un plano distinto al de todos los demás espectáculos a los cuales asistía la élite social: hasta entonces, la localización y las tipologías de los edificios empleados para eventos como la ópera o los conciertos de música clásica servían a las clases altas deseosas de adoptar los modos de vida de burguesías europeas, como instrumentos de jerarquización dentro del espacio urbano, segregando progresivamente sectores, barrios y equipamientos según estratos sociales y niveles de consumo.





Avisos en “EL TIEMPO”, 1920.

El cine y los deportes se consolidaron en la primera mitad del siglo, como las manifestaciones culturales más evidentes de la transformación que Bogotá sufría a causa de los cambios en las formas de vida cotidiana de los sectores populares y de las clases medias.

Estos cambios se aceleraron en la medida en que la sociedad asumió inconscientemente una visión de la ciudad en la cual esta no era percibida como un conjunto integrado de individuos sino como yuxtaposición de grupos de mentalidades diversas, con lo cual su construcción física se producía como sumatoria de voluntades diversas, opuestas y contradictorias.

La ciudad masificada definida por J. L. Romero -en la cual la calle se hizo más importante que la casa pues según el autor: “la calle eran los cafés y los restaurantes, los teatros y los cines”-, que surgió tras la explosión social posterior a la crisis de 1930, atrajo la atención de pobladores de zonas rurales y ciudades estancadas, y al ser ofrecida a través de los cada vez más influyentes medios masivos de comunicación, se erigió como símbolo de la modernidad y el progreso:

Pero lo que más poderosamente atrajo la atención de los que querían abandonar las zonas rurales o las ciudades estancadas fue la metrópoli, la gran ciudad cuya aureola crecía en el impreciso comentario de quien sabía algo de ella, y aun más a través de los medios masivos de comunicación: los periódicos y revistas, la radio y, sobre todo, el cine y la televisión, que mostraban a lo vivo un paisaje urbano que suscitaba

admiración y sorpresa. La gran ciudad alojaba una intensa actividad terciaria, con mucha luz, con muchos servicios de diversa índole, con muchos negocios grandes y chicos, con mucha gente de buena posición que podía necesitar criados o los variados servicios propios de la vida urbana. La atracción era aun mayor si la ciudad había comenzado a dar el salto hacia la industrialización. Era un buen signo..... Esa gran ciudad era la preferida<sup>25</sup>.

Las nuevas élites buscaron crear un ambiente urbano moderno, *a su altura* y en el cual *hubiera a donde ir*, introduciendo en Bogotá nuevos estilos de vida que reemplazaron progresivamente las influencias europeas por los modelos norteamericanos, y que modificaron totalmente la percepción misma sobre la ciudad:

El trabajador vivía en un ambiente urbano, compacto, tentador. De día las calles estaban llenas de gente y sólo verlas era un espectáculo; de noche se iluminaban, y también encendían sus luces los negocios, los cines, los teatros, los cafés. Había donde ir. Y los domingos se ofrecían diversiones populares que reunían muchas gentes y en las que hasta se podían dejar de lado las represiones cotidianas. Quizá lo más duro era tener un techo; pero a la larga se lo conseguía, bueno o malo. Y desde la vivienda, primaria quizá, pero urbana al fin, parecía que se tenía el derecho de reclamar todos los beneficios de la vida urbana, aquellos de que gozaba el que ya estaba establecido e integrado<sup>26</sup>.

Desde principios de siglo, el cine y la publicidad habían modificado radicalmente el paisaje urbano y social: las ciudades que pretendían ser modernas, se poblaron en las primeras décadas de murales de imágenes, signos y símbolos con poderes hipnóticos, que obnubilaban fácilmente, como sucedió en Bogotá, a inmigrantes que poco o ningún contacto habían tenido hasta ese momento con elementos urbanos modernos.

En el segundo cuarto del siglo XX la radio eliminó la sensación tradicional de aislamiento y se recompuso la dimensión de lo familiar al convertirse en centro acústico del hogar, deshaciendo o desplazando los entretenimientos pre-radiofónicos tales como los juegos de salón, el intercambio de visitas y las veladas animadas por conversaciones en torno a chismes.

<sup>25</sup>ROMERO, Op.cit., p. 126.

<sup>26</sup>Ibid., p. 126.



Avisos en “EL TIEMPO”, 1940.

En los años veinte y treinta, los adelantos tecnológicos ya habían introducido exitosamente en la cotidianidad de las ciudades latinoamericanas, una serie de elementos novedosos como la radio, el sonido en el cine y la película cinematográfica en color, y entre estos, el cinematógrafo como espectáculo que presentaba lo lejano, lo insólito, y lo desconocido, estimuló la iniciativa de empresarios extranjeros y colombianos para producir noticieros en Colombia, tal como sucedió con las producciones de la Compañía Cinematográfica Colombiana,<sup>27</sup> que buscaron proyectar las realidades cercanas y cotidianas al creciente y curioso público que veía en su visita a la sala de cine una oportunidad única para informarse de lo que sucedía en el país y en la propia ciudad<sup>28</sup>.

Junto con los noticieros norteamericanos disponibles por medio de las grandes distribuidoras, estas producciones nacionales, de las cuales un número significativo es conservado por la Fundación Patrimonio Fílmico, se constituyeron durante años en la única ventana al exterior posible para la gran mayoría de bogotanos, y en el caso de los noticieros colombianos, estos se constituyeron además en herramienta efectiva de campañas

<sup>27</sup> Creada en Bogotá en 1929 por Arturo Acevedo Vallarino y sus hijos Gonzalo y Alvaro Acevedo Bernal

<sup>28</sup> MORA FORERO, Cira Inés y CARRILLO HERNÁNDEZ, Adriana María. Hechos colombianos para ojos y oídos de las Américas. 1 ed. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2003. p. 12.



institucionales cuya finalidad era involucrar a los ciudadanos en la búsqueda de la modernidad:

La magia del cinematógrafo, además de imaginar los espacios urbanos y rurales, congregó a individuos provenientes de lugares diferentes en torno a una nueva ceremonia, la función de cine, donde se descubrían los prodigios ciudadanos: enormes edificios, fábricas humeantes, calles abarrotadas de transeúntes y automóviles, exacerbando de alguna manera el arraigo en las urbes y contribuyendo enormemente a la consolidación de la ciudad como escenario de ascenso social y centro cultural, educativo, económico y político. Las masas urbanas, constituidas por obreros, comerciantes, oficinistas, transportadores y trabajadores de diversos sectores –nuevas clases sociales incorporadas al lento proceso de modernización–, fueron capturadas por la imagen cinematográfica y reveladas posteriormente en las cambiantes sombras de la pantalla<sup>29</sup>.

El 8 de junio de 1929, con las imágenes de las manifestaciones en las calles bogotanas para protestar por el dudoso manejo de los servicios públicos de la capital a manos de la *rosca*, y que marcaron el final de la hegemonía conservadora, los Acevedo realizaron el primer Noticiero Cineco, que posteriormente tendría gran éxito en las salas de cine bogotanas en buena medida gracias al constante registro de la imagen del presidente Olaya Herrera, quien personalmente solicitó la compañía en repetidas oportunidades de los Acevedo, con quienes finalmente establecería una relación que les abrió a estos las puertas de las principales actividades del mandatario para luego ser proyectadas en teatros bogotanos a donde acudían en masa los nuevos aficionados de estos boletines informativos:

Es a partir de este momento y gracias a la concurrencia masiva a los teatros, que los noticieros ascienden en volumen, duración y periodicidad, despegando de su etapa más primitiva hasta alcanzar el pico de producción entre 1940 y 1949. Los realizadores filmaron constantemente aquellos acontecimientos considerados como portadores de la utopía del progreso; es más, sus producciones podrían ser contempladas como el complemento necesario en la ineludible tarea de dibujar la fisonomía de un país *ad portas* de la modernidad<sup>30</sup>.

La radiofonización de los noticieros proyectados en las salas de cine y del documental con la voz del narrador en *off* aceleraron igualmente el proceso por el cual las masas de espectadores absorbieron y asimilaron positivamente el impacto de estos inventos que sin

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, p. 41.

lugar a dudas chocaban con las fuertes tradiciones culturales, la mayoría de ellas heredadas de la época de la Colonia.

El cine a través de las películas y los noticieros, entregó a varias generaciones de latinoamericanos gran parte de las claves en su accidentado e inconcluso tránsito a la modernidad, y a pesar de la indiscutible supremacía del cine norteamericano, el cine hecho en algunos países latinoamericanos ejerció durante varias épocas una gran influencia sobre los imaginarios de millones de personas que se nutrían con sus imágenes, relatos y sonidos.

Así ocurrió principalmente entre 1930 y 1955 cuando las industrias de Argentina, Brasil y México impusieron un contrapeso formidable a la influencia gringa, aunque de ninguna manera consiguieron detener ni retardar el proceso “de *americanización* a ráfagas y epidémico” descrito por Carlos Monsiváis, y que adquirimos aún hoy debido al permanente acceso a lo que nos ofrece Hollywood:

los productos de Hollywood —internacionalización y espejismos a bajo precio— se vuelven imperativos del comportamiento. (...) Sin embargo durante una larga etapa, no obstante la admiración y el aturdimiento ante el paisaje de sombras que envía Norteamérica, los latinoamericanos ni le confían ni le pueden confiar a Hollywood su representación y su ideario sentimental. Para eso cuentan con el cine mexicano, con el argentino y el brasileño<sup>31</sup>.

En la primera mitad del siglo, por volumen de producción (en un momento dado cerca de doscientas películas al año<sup>32</sup>) el cine mexicano llega a ser el más visto en América Latina, y si por fuera de México sus arquetipos y estereotipos fascinaron hasta casi convertirse en modos de vida, en México y Centroamérica la identificación fue desbordada.

El cine mexicano se instaló en las sociedades de habla hispana influyendo hondamente en la cultura popular latinoamericana y sacando provecho de la heterogénea recepción que tuvo el cine norteamericano especialmente entre 1930 y 1960 cuando un gran porcentaje de

<sup>31</sup> MONSIVÁIS, Op. cit., p. 53.

<sup>32</sup> Ibid., p. 58.

espectadores se resistió a géneros filmicos provenientes de la cultura norteamericana, como en el caso de las comedias musicales.

Sin embargo, a través de los géneros que poco a poco tomaron fuerza, los espectadores asimilaban costumbres y gustos rechazados o impensables hasta entonces e intentaron aprender poco a poco las reglas de los nuevos tiempos.

El cine y los ritos urbanos que generó, indujeron a procesos de cambio que Monsiváis define como las transformaciones propias de una cultura determinada míticamente por valores *criollos* o *hispánicos*, hacia una cultura de expresión *mestiza* ya americanizada en una pequeña parte y que buscaba incorporarse a la modernidad, a cualquier precio.

Aunque en los años treinta y cuarenta el cine latinoamericano se vio disminuido por problemas de distribución, se benefició de las multitudes que o no sabían leer o no leían con rapidez los subtítulos de las películas norteamericanas, así como de las urgencias industriales que se convirtieron en prioritarias en los Estados Unidos comprometidos en la Segunda Guerra Mundial.

De Estados Unidos también se imitaron los métodos y estilos de censura, otorgándoles incluso más poder pues mientras la versión norteamericana se defendía de la acusación de atentar contra las libertades del individuo aclarando que su labor no es censurar sino recomendar, los grupos de censura en Latinoamérica no necesitaban diseñar su discurso ni examinar su actitud y de esta manera actuaron ante sus sociedades acorde con su idea de “público menor de edad necesitado de reeducación parroquial”<sup>33</sup>.

Al comenzar la segunda mitad del siglo XX, la televisión llevó el entretenimiento de regreso a los hogares y al seno de la familia compitiendo con el cine, espectáculo urbano por excelencia, y contribuyendo a acelerar el culto por la sociedad de consumo:

Antes del advenimiento de la televisión, todo el mundo iba al cine, excepto los muy viejos, o los muy jóvenes, o los inconformistas. Iban porque disfrutaban con las

<sup>33</sup> Ibid., p. 63.

películas, porque querían ver a los artistas, porque les gustaba salir de casa y tal vez también comer fuera.

Preferían el cine a los libros o la radio porque les agradaba la variedad, porque el cine era una actividad social capaz de proporcionar una clase de estímulo y goce muy diferentes a la radio y a la lectura. En el cine se daba la oportunidad de que la gente se reuniera en el vestíbulo antes de la proyección, en el descanso, y una vez acababa la película (especialmente en las pequeñas ciudades). Una oportunidad por consiguiente de lucirse y tener algo de que hablar en casa, en el trabajo, en el lugar de los estudios, en las citas.

En una época en que todo el mundo sabe leer y escribir, y hay una riqueza relativa, no puede alegarse que se va al cine por no haber otra cosa que hacer.

Pero aquellos eran otros tiempos para el cine.

Hasta que empezó el “boom” de la televisión hacia 1949– 1950<sup>34</sup>.

La aparición de la televisión provocó en el público mayores exigencias de realismo lo cual impulsó el desarrollo de las técnicas de proyección y de sonido para las salas de cine; la comercialización de avances tecnológicos que mejoraban tres de los más importantes elementos de la estética cinematográfica, como el tratamiento del color, la calidad del sonido y el formato de la pantalla, aunque ya contaban con años de trabajo, aún no habían sido impulsados, principalmente debido a los problemas económicos provocados por la Gran Depresión y por la Segunda Guerra Mundial.

Con el receptor de imágenes en la sala de la casa, la alternativa de ser televidente, aquel ser diametralmente opuesto al cinéfilo que debía desplazarse por las calles de la ciudad para situarse frente a la gran pantalla durante su tiempo libre, contribuyó a despojar de su significado al acto de atravesar el barrio o la ciudad para elegir una sala de cine y una película.

Entre la aparición de la televisión y la posibilidad de las masas para acceder a este servicio, y la consolidación de la alternativa ofrecida por la tecnología del Betamax, transcurrió casi un cuarto de siglo en el cual se presentó un fenómeno de desaparición -cierre o demolición- de salas cinematográficas en la mayor parte de capitales latinoamericanas que coincidió

<sup>34</sup> JARVILLE, Op. cit., p. 174.

con el avanzado proceso de abandono de los espacios públicos importantes de estas grandes ciudades.



Avisos en "EL TIEMPO", 1980.

En América Latina, sin mayor oposición, el cine y luego la televisión privada han decidido desde hace algunas décadas en nombre de naciones y sociedades enteras, el significado de lo aburrido y lo entretenido: las transnacionales se han encargado de tutelar las naciones latinoamericanas en un proceso bien resumido por Monsiváis:

Vayan a su regazo las modas, el sentido de los juegos infantiles, la cultura juvenil, el uso admitido del tiempo libre. Al principio las modas algo tardan en cruzar las fronteras comerciales y anímicas; luego el proceso de adaptación mecánica se reduce considerablemente, hasta llegar casi a la casi simultaneidad de hoy.

Una tras otra las instituciones del gusto y el consumo de Norteamérica se vuelven las instituciones del gusto y el consumo en América Latina<sup>35</sup>.

Iniciando el presente siglo, podemos afirmar que aunque existen otras alternativas, el cine, la televisión, el internet, la música, la transferencia de los sentimientos patrióticos al deporte, la literatura de 'best-seller', y el turismo son a nivel global el gran aliciente colectivo.

<sup>35</sup> MONSIVAIS, Op.cit., p. 223.

## 1.4 ESPACIALIZACIÓN DE UNA NUEVA ACTIVIDAD

Los comercios mayoritarios, igual que la *distribución* de películas, reparten por los almacenes diversas mercancías, como el azúcar, las conservas, la quincallería. Se consume una libra de azúcar o una lata de sardinas, se compra una azada para cultivar el jardín. Pero el *film* es una mercancía que se consume de una manera muy particular. Sus espectadores compran un billete en la taquilla para tener el derecho de ver y oír durante cierto tiempo las sombras de las películas, transformadas en sonidos e imágenes. Estos espectáculos se dan en almacenes especiales, las *salas de cine*, cuyo conjunto constituye la *exhibición*<sup>36</sup>.

El espectador de cine es un invento del siglo XX y se pueden rastrear sus orígenes en la cámara oscura de Robertson, en los experimentos del siglo XIX con la fotografía y los rayos X, en las primeras proyecciones de Félix Mesquich, y en aquellas de los Lumière en las que el público al advertir que una locomotora parecía emerger de la pantalla, retrocedía apresuradamente.

En la primera década del siglo XX comenzaron a crearse hábitos de asistencia en el marco de una nueva ritualidad colectiva: en el mundo entero se aprendió a ser espectador de cine, a ir periódicamente a las salas oscuras, a elegir la distancia adecuada de la pantalla, a disfrutar las películas sólo o acompañado, a pasar de la intimidad de la proyección al intercambio de impresiones.

La aparición posterior de los teatros de cine con respecto a las películas es un hecho que marca un punto de referencia para este trabajo: un espectáculo basado en un mágico invento se convierte en todo un rito social que seduce a una sociedad aislada entre montañas para reclamar afanosamente sus propios espacios, sus propios templos.

<sup>36</sup> SADOUL, Georges. Las maravillas del cine. 1 ed. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1960. p 77.



Mientras se difundía el discurso sobre la modernidad, el nuevo público urbano bogotano tomaba partido acerca de lo que querían que les fuera ofrecido, y en mayor proporción que antes, muy pocos leían y muchos más querían ver películas, para precisamente de éstas intentar deducir el sentido de la nueva época.

Las películas preceden a las salas: las formas en que los primeros locales de proyección se integran a las estructuras de las ciudades, por ejemplo, se han estudiado poco no obstante que sin la aparición de estos locales, las vistas animadas decimonónicas no habrían derivado en la industria del ocio que caracteriza al fenómeno cinematográfico contemporáneo.

Las historias clásicas del cine suelen relatar un panorama impreciso en lo que respecta a la exhibición primigenia, asumiendo como parámetros universales a los dos grandes centros de producción y consumo: Francia y los Estados Unidos, y en tal sentido es útil partir de estos casos para esbozar ciertos modelos generalizados y dominantes, y a partir de su revisión emprender nuestro estudio sobre la aparición y evolución de la exhibición cinematográfica en el espacio urbano de Bogotá.

Tanto en Europa como en los Estados Unidos, las instalaciones feriantes constituyeron un escenario común para la introducción de los primeros proyectores, pues los empresarios pioneros del negocio trabajaban bajo la exigencia comercial de ofrecer programas novedosos, económicos, simples y fáciles de renovar.

El caso europeo muestra muchos rasgos comunes al norteamericano a finales del siglo XIX, pues se realizaban proyecciones en muchas ciudades del continente empleando tarantines feriantes o fondas, donde las vistas permanecían mientras demostraran ser rentables:

En Europa, el cine de los orígenes fue un espectáculo especialmente ubicuo; las películas se consumían en distintos lugares de entretenimiento; especialmente, y según la estructura del ocio de los países, en locales de variedades, music hall, cafés concierto, restaurantes, teatros, circos y una larga letanía de otros espacios dedicados a cubrir las necesidades de ocio en los centros urbanos, tales como parques o salones de atracciones. Más específicamente, se articularon dos grandes sistemas de

exhibición complementarios y coetáneos: las exhibiciones de los cines de ferias, que consiguieron la primera consolidación del cine como forma de ocio en las ciudades pequeña y medianas (por ejemplo, entre 30.000 y 100.000 habitantes), y las proyecciones cinematográficas en salas con una cierta vocación de estabilidad<sup>37</sup>

Las “vistas”, como fueron llamadas las primeras proyecciones, se hicieron populares en las ferias pues brindaban el asombro del invento tecnológico, al tiempo que divertían con las imágenes animadas.

Las principales ciudades norteamericanas pronto acogieron al cine en teatros de vodevil, insertándolo como un número más del programa mientras en localidades más pequeñas, las vistas debutaron en carpas, parques de atracciones u otro tipo de espacios desmontables improvisados por los itinerantes; al incrementarse la popularidad del invento en pleno desarrollo y por supuesto la popularidad de muchas películas, se emprendió la edificación de lujosos teatros para albergar proyecciones.

Aproximadamente en 1905 se inició la *Era de los Nickelodeons*<sup>38</sup>, al habilitarse los primeros locales con intención específica de explotar la muestra cinematográfica: muchos de estos edificios serían el resultado de la remodelación de espacios de ocio ya existentes como salas de burlesque, *penny arcades*, salones de variedades o *store front theaters*, y desde entonces, la proliferación de *nickelodeons* se convirtió en un fenómeno urbano en ciudades industriales tan importantes como Pittsburgh o Chicago: ya en diciembre de 1906 existían más de 300 locales diseminados por todo el país.

Los primeros cines permanentes de Gran Bretaña y Francia datan de 1906 o 1907 pues hasta entonces las películas eran mostradas de cualquier forma y en cualquier lugar que presentara un mínimo de condiciones para tal fin; desde 1905 los teatros de proyecciones irrumpieron en las avenidas comerciales de las mayores ciudades europeas, multiplicándose

<sup>37</sup> PALACIO, Manuel et al. *La transición del mudo al sonoro*. I ed. Madrid . Cátedra, 1998. 315 p. (Historia General del Cine ; vol 6). P. 226

<sup>38</sup> Ibid., p.229.



en poco tiempo: en Berlín existían 16 salas de muestra cinematográfica en 1906, pasando a 139 en sólo un año.

Pero aún en todos los países europeos estas primeras salas de cine tenían un carácter muy provisional pues se trataba de espacios alquilados donde era factible bloquear el acceso lumínico para instalar un proyector, en espera de asistentes que colmaran las improvisadas instalaciones; sólo en los albores de la Primera Guerra Mundial, una apreciable mayoría de nuevos establecimientos comenzaron a transformarse en verdaderos palacios de mil o más localidades.

La existencia y articulación de dos formas de exhibición en los inicios del cine, marcó esta primera etapa: fue una constante en todo el mundo, la coexistencia del sistema de exhibición en ferias y estructuras itinerantes y el sistema de proyecciones en salas localizadas en edificios o estructuras permanentes con una cierta estabilidad comercial, como sucedió con tiendas comerciales, cafés, restaurantes, balnearios, cervecerías, frontones, remedos de vagones de tren, exhibiciones al aire libre y jardines de recreo.

Desde 1914 surgieron los primeros *movie palaces*, locales con más de mil butacas, fastuosas marquesinas y ornamentos eclécticos, y serán estos palacios una característica distintiva de la exhibición cinematográfica estadounidense durante la década de 1920, que como resultado de la evolución del *Nickelodeon* se erigieron como los espacios arquetípicos sobre los cuales se definirían las formas de construir los teatros – cinemas, para el espectáculo convertido ya en atracción sedentaria, estableciendo pautas de diseño y exhibición universales.

## 1.5 CINE Y OTRAS ALTERNATIVAS DE ESPARCIMIENTO

El cine el fenómeno cultural que afecta más profundamente la vida de América Latina entre los años veinte y los años cincuenta, mistifica y destruye por dentro muchísimas de las tradiciones que se creían inamovibles, implanta modelos de conducta, encumbra ídolos a modo de interminables espejos comunitarios, fija sonidos populares, decreta las hablas que de inmediato se consideran genuinas y, sobre todo, determina una zona de idealidades por encima de la mezquindad y la circularidad de sus vidas<sup>39</sup>.

La comercialización del ocio no es nada nuevo pues ha estado presente de múltiples formas desde el surgimiento de las ciudades en el marco de sociedades en donde funcionaran mercados de bienes y servicios: el problema que debía resolverse giraba en torno a la necesidad de organizar de la manera más efectiva un mercado de servicios dirigido a todas las clases sociales.

El control ejercido sobre los ciudadanos desde el campo laboral, no se limitaba en los primeros años del siglo XX, al tiempo de trabajo sino que se amplió al del tiempo libre pues para los patronos, lo que sucedía a la salida de la fábrica, el taller o la empresa era un especial motivo de preocupación que compartían además la Iglesia y el Estado, y por otras razones el tema también inquietaba a sindicatos y organizaciones políticas obreras

Las consecuencias de la imposición de un ritmo capitalista a una sociedad como la bogotana, produjo en los primeros años del siglo, evidentes diferencias de opinión entre clases sociales e instituciones:

Aunque para las primeras generaciones obreras las jornadas de trabajo eran tan largas y el esfuerzo tan extenuante, era poco el tiempo que les quedaba libre y era ya motivo de conflicto.

<sup>39</sup> BONFIL, Carlos y MONSIVÁIS Carlos. A través del espejo: el cine mexicano y su público. I Ed. México D.F.: El Milagro—instituto Mexicano de Cinematografía, 1994. P. 73

Para los trabajadores asalariados era el rato de descanso, de socialización, de diversión, y en unos casos de capacitación o de desarrollo de las actividades de mejoramiento colectivo e individual.

Para los empresarios era un tiempo peligrosamente invertido en diversiones que perjudicaban el ritmo de la producción.

Para la Iglesia, la inmoralidad se gestaba en los ratos de ocio.

Para el Estado, en el tiempo libre se podían fraguar las sublevaciones contra el orden vigente.

Para los revolucionarios era un tiempo de educación política, dilapidado a sus ojos por actividades distractivas<sup>40</sup>.

En las primeras generaciones de obreros, las únicas interrupciones al ritmo de trabajo permitidas por la patronal eran las fiestas religiosas, unas pocas nacionales y particulares de las empresas, y en estos casos se obligaba a los trabajadores a asistir a la fábrica o sitio de trabajo lo cual garantizaba además de un pago adicional, el desarrollo de actividades que buscaban reforzar los lazos entre los obreros y las empresas.

En medio del afán empresarial por no permitir en lo posible el desperdicio de tiempo de sus empleados y en un medio tan religioso como el que se respiraba en Colombia en dicha época, las actividades religiosas eran sin duda la mejor alternativa en un momento en el que además se daban los primeros pasos en pos de la construcción de una ética capitalista del trabajo.

Aunque el concepto de fiesta seguía asociado al santoral católico, ya se había iniciado un proceso en el cual las actividades religiosas habían dejado de ser expresiones puras del fervor espiritual para convertirse cada vez en fiestas mundanas con disculpa religiosa.

En la Bogotá de principios de siglo, a falta de carnavales y bailes, la actividad típica de socialización y esparcimiento que no era acompañada del consumo alcohólico fue la tertulia callejera y para muchos era evidente que en la capital, más que en ninguna otra ciudad del país urgía la necesidad de actividades recreativas al aire libre.

<sup>40</sup> ARCHILA NEIRA, Mauricio. Ni amos ni siervos. memoria obrera de Bogotá y Medellín (1910 – 1945). ed. Bogotá. CINEP, 1989. p. 143.



Avisos en "EL TIEMPO", 1915.

Fue así como la ausencia de sitios de esparcimiento para una población cada vez más hacinada en la ciudad consiguió promover con el cambio de siglo, el diseño y construcción de parques y jardines públicos.

Pero la forma tradicional y en este sentido al alcance de las mayorías para resistirse a la endeble disciplina capitalista que trataba de imponerse, fue sin duda el consumo de alcohol presente incluso en la jornada y el espacio laboral pues para muchos trabajadores la bebida en cualquiera de sus presentaciones, puede afirmarse, hacía parte de la dieta alimentaria diaria.

Según Mauricio Archila, para patrones y obreros el tiempo libre era el escenario de una confrontación no declarada abiertamente por el control del ritmo de trabajo, y así, mientras los obreros, herederos de costumbres ancestrales seguían acudiendo sin falta a los escasos sitios de diversión popular, el sector patronal y la Iglesia con un tímido apoyo estatal

lanzaban campañas moralizadoras para alejar a los trabajadores de aquellos sitios de corrupción<sup>41</sup>.



Avisos en “EL TIEMPO”, 1950 y 1951.

En ausencia de otro tipo de diversiones, las primeras generaciones obreras heredaron la forma popular de usar el tiempo libre, el consumo de alcohol, actividad desbordante a la salida del día laboral, por lo cual la Iglesia, promulgaba que el obrero que consumía alcohol era responsable de la destrucción de la familia y de las taras y vicios que supuestamente se transmitían de generación en generación.

Por razones distintas los sindicatos y las organizaciones políticas apoyaron campañas moralizadoras que sin embargo y a pesar del esfuerzo por difundirlas, no tuvieron pleno éxito, siendo desplazadas poco a poco por el debate sobre la necesidad de dotar la ciudad con alternativas tales como las diversiones al aire libre, los deportes y a otro nivel, la educación técnica, aunque no se puede afirmar que las campañas de corte moralizador no surtieron efecto en su propósito de imponer una férrea disciplina capitalista de trabajo.

A los primeros empresarios, a la Iglesia y parcialmente al Estado les preocupó no tanto la interrupción cotidiana del ritmo de trabajo para las comidas y descansos cortos a las que ya

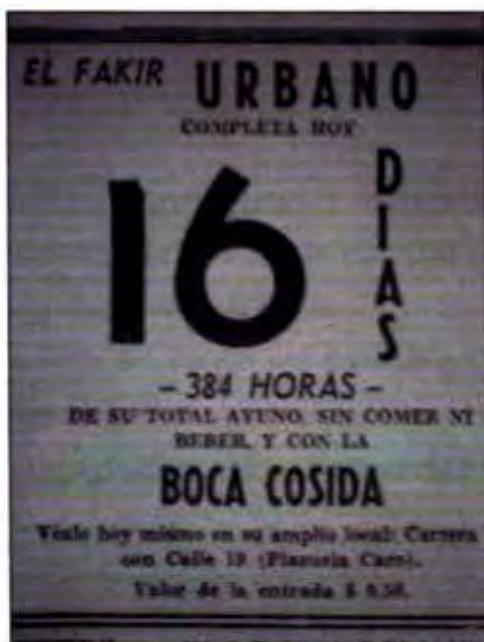
<sup>41</sup> ARCHILA NEIRA, Mauricio. Cultura e identidad obrera: Colombia 1910–1945. 1 ed. Bogotá: CINEP, 1991. p. 167.



estaban acostumbrados y aceptaban, sino el uso del tiempo libre<sup>42</sup> pues era allí donde se medía el éxito o el fracaso de las campañas moralizadoras en contra del consumo de bebidas embriagantes.

La chicha era la reina de las bebidas populares y las chicherías eran los lugares tradicionales de encuentro para los bogotanos de bajos recursos, y sólo tras años y dinero gastados en campañas contra esta bebida, así como medidas que incluían restricciones en horarios y días de venta, traslado de las chicherías a lugares apartados, control higiénico de los establecimientos e intentos de sustitución del producto por otros menos nocivos, finalmente su consumo quedó prohibido en los años cuarenta.

El ambiente que usualmente rodeaba su consumo era la principal preocupación puesto que las jornadas en tabernas, bares y tiendas brindaban la posibilidad al obrero de encontrarse con otros de su condición con los cuales podría socializar sus penas y esperanzas, en largas tertulias al calor de unos tragos mientras escuchaba rancheras y boleros y apostaba en los juegos de azar prohibidos o compartía un encuentro de billar o tejo.



Avisos en "EL TIEMPO", 1940.

<sup>42</sup> Ibid., p. 174.

Todo lo descrito anteriormente era posible exclusivamente entre hombres puesto que la mujer trabajadora de la época no tenía acceso a estos sitios y dedicaba su tiempo libre a ejercer oficios domésticos, actividades religiosas o sencillamente prolongaba su jornada de trabajo; sólo el hombre tenía derecho a divertirse en su tiempo no laboral y las únicas mujeres que usualmente estaban presentes en aquellos lugares eran las prostitutas.

Por lo anterior, las campañas moralizadoras de las élites y la Iglesia, tuvieron como caballo de batalla, el control de las costumbres y la prevención del desorden político abarcando de ese modo dimensiones de la vida cotidiana que trascendían el estricto problema del alcoholismo y reflejaban el poder que detentaba en pleno siglo XX una Iglesia rectora de herencia colonial sobre la vida cotidiana de sus feligreses.

La llegada de la radio en los años veinte llenó gran parte del tiempo libre individual de los trabajadores pues las grandes empresas comprendieron rápidamente la importancia de este medio de comunicación masivo convirtiéndose en patrocinadoras de programas de alta sintonía, y a la par con la ausencia de un hábito por la lectura entre la población, la radio fue el complemento en las horas de descanso que los trabajadores pasaban en sus hogares y ante la incipiente afición por novelas, se promocionaron con gran sintonía las populares radionovelas.

Los tradicionales circos y corridas de toros, de los que no estuvo ausente el consumo de alcohol, siguieron siendo actividades recreativas masivas, pero el teatro y después el cine constituyeron otras formas de diversión con desarrollos distintos, y el teatro especialmente, a pesar del intento por popularizarlo y de las costumbres populares de representaciones teatrales o de improvisaciones cómicas que favorecían esta tradición, siguió siendo privilegio de una élite aburguesada y de minorías politizadas.



Avisos en “EL TIEMPO”, 1930.

Es claro, según los testimonios de la época y los estudios sobre esta, que la localización en el espacio urbano de los espacios destinados a las actividades propias del tiempo libre de las crecientes clases populares, era sin duda la mayor preocupación de la época desde la perspectiva de la planeación de una ciudad que se modernizaba.

Las campañas dirigidas a reordenar la vida de los trabajadores llegaron pronto hasta sus espacios de reunión y entretenimiento, pues fue en éstos donde la *temperancia* se gestó como parte fundamental de aquel proceso de curación urbana que obraba en pro del orden y el decoro. En esta batalla las chicherías fueron los principales centros de intervención social, consideradas –igual que las habitaciones obreras– a manera de focos de infección, dadas sus precarias condiciones higiénicas y el supuesto carácter tóxico de la bebida que allí reinaba. Entonces, no era su existencia en abstracto aquello que los higienistas y temperantes atacaban a favor de la moral y la salubridad públicas, sino precisamente su integración con los espacios laborales, de abasto y recreación populares. Ante aquel peligro de contaminación e infección, que amenazaba con quebrantar el orden de la vida moderna, parecía necesario aislar la chicha y sus consumidores, es decir, desestructurar las chicherías de los circuitos políticos, económicos y simbólicos de la ciudad. Fue en la aplicación de esta campaña por diferenciar y funcionalizar los espacios urbanos, cuando la imagen de un pueblo sometido a un extendido período de cuarentena se reveló con mayor encono<sup>43</sup>.

La asistencia a una obra de teatro, a una película, la lectura de ciertos libros y algunos periódicos, eran motivos de preocupación para los moralizadores, pero de otro lado los empresarios poco a poco entendieron que insistiendo en lo prohibitivo no podrían llegar muy lejos en sus objetivos por lo cual se dieron a la tarea de ofrecer alternativas de

<sup>43</sup> CALVO ISAZA, Oscar Iván y SAADE GRANADOS, Marta. La ciudad en cuarentena: chicha, patología social y profilaxis. 1 ed. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2002. p. 233.



recreación a sus trabajadores compensar las jornadas laborales: en alianza con la Iglesia y las élites regionales, las empresas apoyaron formas de recreación alternativas a las que se consideraban insanas.

Sobre la actitud de los diferentes sectores sociales hacia el cine, la percepción de este como forma de ocio y las alternativas a su creciente influencia, Archila comenta:

El cine que tuvo acogida entre los obreros era diferente del que le gustaba a la élite. En ausencia de un cine nacional, el mexicano fue el que más atención despertó en la población trabajadora.

Pero el cine, a pesar de su alta popularidad, no era la alternativa de entretenimiento según las élites. El hecho de que fuera una diversión en recinto cerrado –ideal para el clima frío de Bogotá–, no cumplía los requisitos de un descanso físico y espiritual. Además la élite siguió viendo con sospecha el espectáculo, precisamente por su popularidad. Pero para buscar promover diversiones al aire libre se tropezaba con la ausencia de espacios abiertos en las aldeas colombianas de principios de siglo, ya que para esa época únicamente comenzaban a diseñarse parques para la recreación masiva en ciudades como Bogotá y Medellín<sup>44</sup>.

El cine, tuvo desde el principio gran acogida especialmente por el bajo costo de la entrada, pero fueron sin duda la fascinación que ejercía sobre toda clase de público además de su función como símbolo de aquella modernidad que se anhelaba alcanzar, los factores que lo convirtieron en el espectáculo por excelencia; pero esta popularización trasladó la preocupación de los círculos moralizadores a las salas y teatros, pues buscaron promover películas más sanas y llegaron en algunas épocas a condenar abiertamente esta forma de distracción.

## **2. SEIS FASES EN LA FORMACIÓN DEL SISTEMA DE CINES**

Todo requiere un antecedente; ningún elemento, en ningún género, proviene de la moda; y esto puede aplicarse, igualmente, a todas las creaciones humanas. De esta manera, podemos observar que todas estas creaciones han conservado – a pesar de las sucesivas transformaciones que puedan haber registrado – sus principios elementales como algo evidente y manifiesto tanto a la sensibilidad como a la razón.

Quatremère de Quincy<sup>45</sup>.

### **2.1 CIEN AÑOS DE SALAS DE CINE**

Es difícil extrapolar las experiencias estadounidenses o europeas a un contexto cultural, económico y social como el nuestro, pero no por esto pueden ignorarse lógicas de transferencia similares en los procesos de internacionalización de los espectáculos, pues es necesario para podernos conocer y explicar ciertos fenómenos, que nos consideremos como nuestro propio centro, por más difícil que nos resulte al momento de trabajar sobre objetos cuyo origen se sitúa en otro lugar, justamente en aquellos centros mundiales del poder; al hacerlo, lo primero que descubrimos es, naturalmente, que esos objetos existen en nuestra sociedad y sin embargo no responden al modelo dominante si no que se dan de otra manera y se sitúan en nuestra sociedad con otro sentido, otras dimensiones y otras relaciones.

<sup>44</sup> ARCHILA NEIRA, Op. cit., p. 182.

<sup>45</sup> AYMÓNINO, Carlo. El significado de las ciudades. Madrid : Hermann Blume, 1981. p. 105.

Los resplandecientes palacios del entretenimiento popular de épocas pasadas que aun sobreviven, junto con los cines de barrio, esos entrañables lugares de vida colectiva de las zonas populares, han perdido además de su imagen y su significado, su importancia como referentes en el territorio urbano.

Un objetivo del presente trabajo consiste en esbozar un camino para análisis más amplios sobre las transformaciones ocurridas en el sistema de exhibición cinematográfica de Bogotá e identificar el impacto que la recomposición periódica de dicho sistema generó en la estructura urbana, en relación con las nuevas centralidades y los cambios inducidos por el fenómeno de metropolización.

La amplia mirada que abarca nuestro trabajo corresponde en el aspecto temporal, al siglo que esta actividad ha cumplido en Bogotá, buscando elaborar una panorámica general que junto a las conclusiones a las cuales nos conduzca el análisis realizado, sienta las bases para posteriores estudios y diagnósticos a niveles y casos o sectores de la ciudad más específicos.

Es un hecho, que las salas de cine en Bogotá no han sido estudiadas ni como objetos arquitectónicos, ni como conjunto de equipamientos generadores de dinámicas culturales y urbanas en diferentes épocas, puesto que hasta ahora han sido vistas como una parte más de la estructura de la gran industria cinematográfica sin reconocer su significación en muchos niveles.

El destino del equipamiento cinematográfico antiguo se ha visto afectado por las tendencias de relocalización metropolitana, que han determinado una distribución descentralizada de los nuevos equipamientos dedicados a la exhibición y han conducido al abandono y mutilación de muchos de estos.

Durante la primera mitad de siglo y como producto de los potentes cambios sociales que facilitaron la llegada de nuevas actividades, el cine de manera especial entre las alternativas

de diversión, se organizó en el espacio urbano una vez se había convertido en evento socialmente necesario, articulándose en la estructura urbana de la ciudad.

Rápidamente y como no ocurriría con ninguna otra actividad de este tipo, se transformó y adaptó, dada su importancia como equipamiento colectivo convirtiéndose, en lo que Carlo Aymonino denomina *actividad definitiva*<sup>46</sup>, con lo cual se adoptaron unos pocos tipos concretos, con los cuales los empresarios buscaron consolidar dicha actividad en sectores heterogéneos a través de una particular imagen arquitectónica.

Las salas cinematográficas aportaron en sus primeros años una mayor espectacularidad al rito de la exhibición debido a sus grandes dimensiones y al elaborado y elegante diseño interior que todas presentaban, y cabe preguntarse si el verdadero espectáculo eran las salas o las películas.

La edificación de estos equipamientos en la capital del país, representó una tendencia arquitectónica y cultural novedosa porque introdujo nuevos lenguajes arquitectónicos y nuevos significados para una actividad cultural que portaba la señal de los nuevos tiempos, y llenaba con su imagen moderna el espacio urbano y el espíritu de sus habitantes.

Es importante señalar que existen algunas diferencias entre los datos tomados de la cartelera de cines de El Tiempo y las estadísticas que se citan en este trabajo de algunos libros e informes de la época, debido en parte, a que en algunos periodos no todos los cines de la ciudad anunciaron en cartelera, como no lo hace hoy en día las salas “X”, por ejemplo.

Balabrega, que procedente de Jamaica, llegó en abril de 1897 a la ciudad de Colón que entonces era territorio colombiano en Panamá<sup>50</sup>.

Diversión plebeya como la máquina tragaperras, el tiiovivo o la casa encantada, el cinematógrafo era despreciado por los intelectuales, pues además, su público no era el mismo que frecuentaba los escasos teatros o las menos comunes salas de conciertos.

La exhibición estaba en manos de feriantes nómadas que sin saberlo eran ya portadores de un nuevo arte popular que deambulaba entre mujeres barbudas y tragasables, por parques y ferias de barracas de madera que lo exhibían como la última rareza capaz de imprimir la vida.

Balabrega, artista y empresario, presentó su espectáculo en Colón en una carpa instalada en el predio donde se acostumbraban organizar los actos que llegaban a esta pequeña ciudad, y además de incluir números de ilusionismo y magia, de tiro al blanco, canarios y a Mademoiselle Elvira en la *danza de la serpentina*, el programa incluía el vitascopio como la atracción principal, y está documentado que las concurridas presentaciones de Balabrega quedaron reseñadas en la prensa local que resaltó el éxito del *nunca antes visto* vitascopio a pesar de los problemas que el deficiente suministro de luz eléctrica presentaba para estos primeros exhibidores<sup>51</sup>.

En la misma época, el operador Gabriel Veyre pisó territorio colombiano trayendo consigo el cinematógrafo, que después de ser llevado a Colón, pasó en espectáculos por ciudades como Barranquilla, Cartagena, Calamar y Bucaramanga, y por poblaciones ubicadas a orillas del Río Magdalena, antes de conquistar los centros importantes del interior como Bogotá, Rionegro, Medellín y Cali<sup>52</sup>.

<sup>50</sup> Ibid., p. 5.

<sup>51</sup> EL'GAZI, Op. cit., p. 5.

<sup>52</sup> EL'GAZI, Leila y NIETO, Jorge. "Gabriel Veyre, un desencantado pionero del cine en Colombia". En : Credencial Historia No. 88. Bogotá, abril de 1997, p.13.

## 2.2 FASE I : (1898-1912) LA MARAVILLA INVASORA

Nuestra generación empezó a ver cine en San Victorino. Proyectaban sobre unas sábanas enormes entre dos postes y cuando había viento las figuras se alargaban o se embombaban. Algo parecido pasaba en el Camellón Central del Parque de la Independencia, entre el Paseo Bolívar y la Carrera Séptima, cuando daban cine “en el parque”. La cosa mejoraba cuando la función era en el Pabellón de la Industria, para los que tenían boleta de primera y quedaban dentro del salón; los de popular veían la película desde afuera a la intemperie<sup>47</sup>.

A sólo seis meses de la primera proyección pública en el Gran Café de París, el cinematógrafo hizo su arribo a Latinoamérica, cuando en Ciudad de México, Gabriel Veyre y Ferdinand Bon Bernard solicitaron permisos de exhibición a las autoridades mexicanas, instalándose por primera vez en un sótano de la droguería Plateros, para presentar la clásica *Salida de los obreros de la fábrica Lumière* (14 de agosto de 1896)<sup>48</sup>.

Gabriel Veyre, enviado por los propios Hermanos Lumière desde el puerto de Le Havre para llevar el cinematógrafo a México y el Caribe fue el encargado de preparar el camino para que muchos otros de estos aventureros negociantes, usufructuaran la máquina ahora convertida en espectáculo de feria<sup>49</sup>.

Las crónicas conocidas sobre las primeras exhibiciones de imágenes por medio de las máquinas que empresarios europeos y norteamericanos desarrollaban y comercializaban por todo el mundo en aquellos años, mencionan a un prestidigitador conocido como

<sup>46</sup> Ibid., p. 91.

<sup>47</sup> NIETO, Jorge y ROJAS Diego. *Tiempos del Olympia*. 1 ed. Bogotá : Fundación Patrimonio Filmico Colombiano, 1992. p. 9.

<sup>48</sup> OCHOA VEGA, Alejandro y ALFARO SALAZAR, Francisco Haroldo. *Espacios distantes... aún vivos: las salas cinematográficas de la Ciudad de México*. 1 ed. México D.F : Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, 1997. 240 p.

<sup>49</sup> EL'GAZI, Leila. “Abril 13 de 1897: cien años de la llegada del cine a Colombia”. En : *Credencial Historia* No. 88. Bogotá, abril de 1997, p.4.

La mayoría de compañías extranjeras de espectáculos no se aventuraban a presentarse en el interior del país debido a las dificultades de transporte, y por este motivo las ciudades de la Costa Atlántica recibían un mayor número de espectáculos itinerantes.

La primera fase definida en este trabajo, corresponde al período de poco más de una década, en el cual el cine hizo su arribo y de manera improvisada como en todos los lugares del mundo adonde fue llevado, se instaló en espacios abiertos o en edificios destinados a otros usos en los cuales se acondicionaban los equipos y el mobiliario mínimo para ofrecer el servicio de exhibición de *vistas*.

Las imágenes mostradas y el ritual público que generaba su proyección, lograron seducir a las masas, convocando y formando al público que en las fases siguientes asistió asiduamente a las salas de cine.

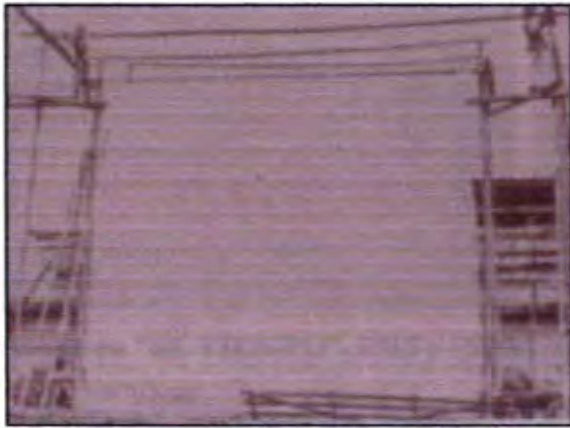
En vista del doble uso de estas máquinas, tanto para proyectar como para filmar, aumentaban las posibilidades de disponer de material de proyección, con lo cual se multiplicaban las fuentes de ingreso de los propietarios que se convirtieron también en realizadores de documentales, y viajaban arrendando espacios para mostrar sus películas en cada ciudad adonde llegaban.

La exhibición de películas en Bogotá se realizaba en plazas y parques públicos o en salones y teatros reconocidos como centros de diversión, copiando en parte la moda norteamericana de los music-halls o penny arcades –locales de atracciones con juegos eléctricos y mecánicos- de las grandes ciudades.

Al comenzar el siglo, en Estados Unidos, el empresario Jesse L. Lasky tomó la iniciativa de cambiar la fórmula de venta de las copias a los exhibidores, para en adelante alquilarlas<sup>53</sup>, y este cambio de estrategia dio el impulso definitivo a la exhibición cinematográfica autónoma, que de esta manera se liberó de la servidumbre del *music-hall*.



## TELÓN ITINERANTE



Tomada de: Fundación Misión Colombia, *Historia de Bogotá*, Tomo II / Siglo XX, 1968.

## PABELLÓN DE LA INDUSTRIA



Tomada de: Alberto Saldarriaga. *Bogotá siglo XX: urbanismo, arquitectura y vida urbana*, 2004.

En manos de emigrantes judíos floreció el negocio que desde 1901 tomaría la forma de locales especializados en la exhibición continua de películas, conocidos con el nombre de *Nickelodeons* en vista de que la entrada tenía un costo invariable de cinco centavos, que eran un níquel.

La experiencia generalizada en ciudades que no eran importantes para los mercados mundiales, como era el caso de Bogotá, vivida por los pioneros que arriesgaron algo de su capital con la intención de hacer empresa en torno a la exhibición de cine, fue recurrir a adaptaciones improvisadas de espacios como vestibulos y salas de teatros, espacios religiosos, patios o salones de grandes casas, terrazas de edificios, jardines, parques y plazas públicas, y espacios baldíos en los cuales levantaban sencillas estructuras de madera y lámina o carpas de lona del estilo de las ferias y los circos.

En todos los casos descritos, las modificaciones y adaptaciones encontraban grandes limitaciones para las necesidades de proyección así como en el aspecto de la comodidad y seguridad de los curiosos espectadores que de todas maneras poco exigían con tal de ver espectáculos como los que proveía la Gaumont.





Avisos en “EL TIEMPO”, 1915 y 1930.

En estos primeros años, el negocio del cine estuvo en manos de empresas familiares o exhibidores individuales y sólo años más tarde se dio el fortalecimiento y fusión de algunas compañías y empresarios independientes, que construirían la casi totalidad del sistema de equipamientos de exhibición filmica de Bogotá.

La primera generación de empresarios trató de explotar al máximo el escaso material que llegaba de Europa y Norteamérica en recintos que no ofrecían condiciones adecuadas, y se puede constatar fácilmente que en Colombia se dio el salto de la etapa de exhibición itinerante a la ocurrida en grandes salones que semejaban teatros, sin haberse vivido la experiencia de los populares Nickelodeons que fueron básicamente un estado intermedio en el camino a la definición de las tipologías para este servicio.

Aunque era evidente el gran futuro comercial del invento, los empresarios colombianos tardaron en involucrarse en el prometedor negocio, pues primero se arriesgaría en el negocio, un grupo de extranjeros, cuando en 1910 llegaron a Colombia los italianos Francisco y Vicente Di Doménico y Juan Di Ruggiero, quienes habían partido de Salerno, Italia en 1908 hacia África y América, con dos proyectores de la Casa Pathé, un generador eléctrico, varias películas y los suministros requeridos para montar una firma exhibidora itinerante<sup>34</sup>.

<sup>34</sup> NIETO y ROJAS, ●p. cit, p. 27.

En Bogotá, tomaron la decisión de instalarse y conformar una pequeña empresa distribuidora de películas que se afianzó en poco tiempo, presentando películas italianas y francesas que se convirtieron en las favoritas del público, junto con las *vistas* tomadas por los empresarios en los países que visitaban.

Sobre estas modalidades de *vistas* existen testimonios acerca de variados cortos rodados en escenarios urbanos y rurales de Colombia que fueron presentados en el Teatro Municipal de Bogotá y posteriormente en el Parque “Hermanos Reyes” en 1907, tales como *Parque del Centenario*, *La procesión de Nuestra Señora del Rosario en Bogotá*, *Caidas del Bogotá en su descenso hacia el Charquito*, *El gran salto del Tequendama*, *El Exmo. Sr. General Reyes en el Polo de Bogotá*, *El cronófono subiendo por los Andes*, *Panorama de San Cristóbal*, entre otros<sup>55</sup>.

Entre el 20 de julio y el 6 de agosto de 1910, con motivo del primer centenario del grito de independencia se celebró la Exposición del Centenario en el Parque “Hermanos Reyes” que desde entonces se conocería como “Bosque de la Independencia”, en el cual se construyeron tres pabellones de gran dimensión (Egipto, de la Industria y de Bellas Artes) y otras edificaciones de menos lujo y tamaño (Quiosco de la Luz, Japonés, de la Música y Pabellón de las Máquinas), pero fue el de la Industria el que albergaría la exhibición cinematográfica:

Símbolo concentrado de la arquitectura republicana en su conjunto, los monumentos de la exposición que “desafiaban los siglos” no pudieron sobrevivir sino unos años. El Pabellón de las Artes sirvió eventualmente para otras exposiciones y el de la Industria fue habilitado como teatro popular y cumplió este y otros cometidos durante unos 10 años, pero todos ellos fueron desapareciendo poco a poco, los últimos con el tajo abierto al parque con la avenida 26 en los años 50. Hoy sólo atestigua su antiguo esplendor el pequeño Quiosco de la Luz<sup>56</sup>.

Y en esta misma época, se afirma –pues no existen pruebas filmicas- que el General Rafael Reyes quizá copiando del porfirismo mexicano la importancia de este medio como vehículo

<sup>55</sup> MORA, Op. cit., p. 25.

de propaganda al servicio del Estado, era acompañado en sus viajes por territorio nacional (1904 – 1909) de un cinematografista de la Casa Pathé; bajo su mandato se promulgaron además las primeras leyes relacionadas con el cine.

La poderosa Gaumont decidió orientar en estos primeros años su producción hacia la modalidad del serial, una modalidad narrativa bien conocida y de probada eficiencia, pues entre otros, Alejandro Dumas había demostrado las ventajas comerciales de la novela de folletín que interrumpía la acción al final de cada entrega, en un momento dramático culminante<sup>57</sup>.

Esta técnica de origen teatral despertaba la curiosidad del público que esperaba impacientemente el siguiente episodio, por lo cual la aplicación al cine de la entrega por series, se tradujo en un incremento en la frecuentación del público a las salas, con lo cual se promovía la habitualidad del mismo, denominada entre los autores norteamericanos como *theatre - going habit*.

Román Gubern afirma que los seriales con su *involuntaria poesía surrealista* además de electrizar a las nuevas masas urbanas<sup>58</sup>, se erigieron como imprescindibles testimonios morales de una época y de una concepción del mundo, y consiguieron sin duda su principal objetivo: con su ración semanal de *opio visual* conquistaron la fidelidad de las masas, constituyendo un género reconocido y aceptado internacionalmente; la boga del serial se presentó durante esta primera década con centenares de títulos, aunque durante los primeros años del cine sonoro renació efímeramente.

<sup>56</sup> ARANGO, Silvia. Historia de la arquitectura en Colombia. 1 ed. Bogotá : Universidad Nacional de Colombia, 1990. p. 139.

<sup>57</sup> GUBERN, Op. cit., p. 95.

<sup>58</sup> Ibid., p. 97.

## 2.3 FASE II: (1913-1929) LOS PRIMEROS TEMPLOS

Si bien en la segunda década del siglo XX, algunos sectores del gobierno nacional y municipal compartían visiones acerca de la necesidad de modernizar espacialmente la capital de la República en aspectos tales como el transporte y los servicios públicos, sólo hasta la tercera década y con el final de la hegemonía conservadora, se sentaron las bases para la modernización de la ciudad:

Hasta la década del veinte, la ciudad se ve inmersa en un proceso de crecimiento relativamente lento, sin que aún evidencie los síntomas de la “explosión urbana”.

En este proceso, terminó de ocupar su espacio tradicional e inicia la modernización de sus infraestructuras mediante la incorporación de los servicios públicos domiciliarios por sistemas de red y la creación del primer sistema de transporte colectivo, el tranvía.

La modernización del medio urbano también se expresa en la construcción de edificios públicos, sedes de las nuevas instituciones del Estado y de los primeros equipamientos de corte moderno (teatros, hospitales, centros educativos, parques, etc.)<sup>59</sup>.

El alcance de los intentos de modernización en el plano social en aspectos como la salud y la educación y en el aspecto físico de las ciudades colombianas, impulsados por el sector público en la década de los años veinte, pueden entenderse con lo descrito por Carlos Uribe Celis:

Hay que confesar que buena parte de los procesos no afectó a la mayoría de la población. Las urbes percibieron con un impacto más fuerte los empujes de la modernización. El enorme flujo de dineros, la inflación que hizo de Bogotá una ciudad más cara que París o Buenos Aires, las nuevas obras, la proletarianización acelerada de grupos crecientes, ahondó las diferencias entre las clases cuando simplemente no produjo más que efectos amortiguados y ruidos en provincias y áreas aisladas. Con mucha frecuencia fue más el ruido que las nueces, más el entusiasmo que las obras<sup>60</sup>.

<sup>59</sup> DEL CASTILLO, Juan Carlos. Bogotá: el tránsito a la ciudad moderna, 1920 - 1950. 1 ed. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2003. p. 113.

<sup>60</sup> URIBE CELIS, Carlos. Los años veinte en Colombia: ideología y cultura. 2 ed. Bogotá: Alforada, 1991. p. 65.

La tradición arquitectónica heredada del siglo XIX cedía su lugar ante la llegada tardía de nuevas técnicas y lenguajes provenientes de Europa y Norteamérica, mientras allí, el Movimiento Moderno ya hacía su aparición entre los grupos intelectuales de vanguardia.

Esta segunda fase, en la cual aparecen los primeros templos para la exhibición de cine, coincide con dos de las tres fases que caracterizaron el periodo correspondiente a la arquitectura republicana en Colombia, descritas por Silvia Arango: la fase de instalación que comprende los principales ejemplos de esta arquitectura (1910 – 1925) y la fase final (1925 – 1930)<sup>61</sup>, en las cuales la iniciativa oficial sobre la ciudad se concentró en el diseño de tres tipos de espacios: el parque-bosque, los pequeños parques urbanos y las avenidas.

En los últimos años del periodo definido por Arango, la arquitectura republicana expresó particularmente en Bogotá una aspiración de urbanización; y sin duda entre las nuevas tipologías que las ciudades que pretendían ser modernas debían mostrar en su paisaje urbano, la sala de cine fue una de las más importantes y la única además en conformar un sistema de equipamientos construido exclusivamente con capital privado, aunque aun no se reconozcan los inicios de este particular fenómeno:

La implantación de un nuevo orden urbano había encontrado por fin el marco histórico necesario para su cultivo.

El “programa mínimo urbano” tácitamente establecido en las conciencias colectivas, encontraría ahora, por fin, condiciones económicas propicias para desarrollarse.

La mayor parte de los edificios que se construyen estarán destinados a suplir necesidades elementales de salud, de educación, de recreación, de mercado de productos cotidianos; la mayoría de ellos se realizarán con el esfuerzo conjunto de entidades gubernamentales, religiosas y privadas en una escala municipal y local.

Como parte del repertorio mínimo urbano se consideraban también los teatros<sup>62</sup>.

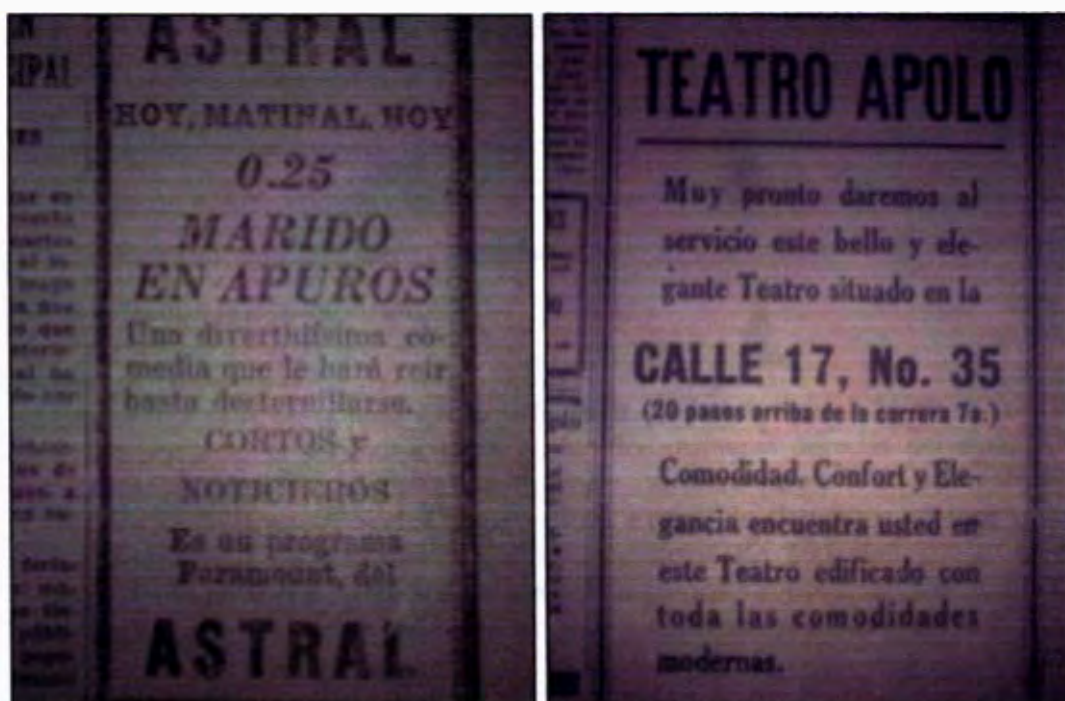
<sup>61</sup> ARANGO, Op. cit., p. 133.

<sup>62</sup> *Ibid.*, p. 149.

Durante esta fase nacen los grandes e imponentes edificios diseñados para la exhibición de cine, aunque las funciones presentadas seguían acompañándose con otro tipo de espectáculos.

Al revisar los diarios de la época, especialmente El Tiempo, se puede constatar por la cantidad de noticias sobre el cine y su exhibición, la importancia creciente que esta actividad tenía para la vida cultural de la ciudad y la expectativa que generaba cada estreno -y los programas alternos que lo acompañaban-, superior a la expectativa generada por cualquier otra actividad destinada al esparcimiento de los bogotanos.

Algunos negociantes y empresarios de la capital, percibieron la oportunidad de crear e incentivar un nuevo mercado, con posibilidades de expandirse ante el sostenido crecimiento de la población urbana, y cuyos puntos de comercialización debían ser edificios modernos acordes con la actividad moderna que ofrecía.



Avisos en “EL TIEMPO”, 1925 y 1930.



El circuito de salas de cine en tanto comenzó a estructurarse como un sistema de edificios privados que prestaban a los bogotanos un servicio plenamente reconocido, actuó desde esta segunda fase como factor colesionador del espacio urbano.

El papel del sistema de salas fue fundamental en la modernización de una ciudad cuya administración apenas unos años atrás había empezado a valorar la creación de espacios y edificios destinados a la recreación, el esparcimiento y el desarrollo cultural de sus habitantes:

La atención eficiente de los problemas urbanos se había tomado impenetrativa, dado el serio problema de hacinamiento creado por los flujos migratorios que se sucedieron durante la segunda mitad del siglo XIX. En estos años y bajo tal presión, nuevas élites se apersonaron de la administración municipal. Una próspera situación económica les facilitó el camino. Y esto en una época en que los nuevos sectores sociales necesitaban que su presencia en la ciudad estuviera fortalecida para responder a los complejos cambios que les empezaba a imponer el sistema capitalista.

El equipamiento urbano es poder: la especialización del dominio con base en el control de las diferentes herramientas tecnoeconómicas y sociales que toda ciudad genera por el hecho de congregarse, bajo un espacio construido, a un grupo humano determinado<sup>63</sup>.

Las posibilidades de uso del tiempo libre al interior del espacio urbano cambiaron y se multiplicaron sustancialmente en los primeros treinta años del siglo XX, demostrando ser más importantes para los nuevos ciudadanos que las actividades religiosas decimonónicas, en un escenario que como Bogotá:

Empieza a salir del marco construido de la ciudad antigua e inicia el proceso de constitución de la segunda ciudad en las dos primeras décadas del siglo XX. No obstante, este proceso adquiere una dinámica importante a partir de la tercera década. El espacio de la nueva ciudad no se moldea a partir de elementos urbanos primarios: una nueva red de trazados viales y un sistema de servicios públicos, nuevos equipamientos o por un nuevo esquema de espacios públicos mayores, o un trazado urbano general. La nueva ciudad se expande y se construye a partir del barrio<sup>64</sup>.

<sup>63</sup> MFLA PAVONY, Germán Rodrigo. Los años del cambio: historia urbana de Bogotá, 1820 - 1910. I ed. Bogotá: Centro Editorial Javeriano, 1999. p. 429.

<sup>64</sup> DEL CASTILLO, *Ibid.*, p. 114.

Entre las salas construidas primó la tipología de salón-teatro, más cercano del programa arquitectónico propio de los teatros tradicionales, en el cual la luneta era un amplio espacio con hileras de butacas que inicialmente no estaban fijadas al piso, rodeado de palcos circundantes, y en donde además de las proyecciones, se realizaban conciertos, bailes, reinados, números de patinaje, bodas y todo tipo de fiestas, así como asambleas y combates de boxeo.

En estos primeros edificios aun no aparecían totalmente definidas las características de las salas de cine como se conocerían en los años siguientes puesto que entre otros factores, la diversidad de espectáculos que debían acompañar las cortas proyecciones disponibles, condicionaron el tratamiento arquitectónico dado a estos salones que debieron en la mayoría de casos, solucionar la escasez de espacios cenados que presentaba la ciudad para la presentación de espectáculos de nivel popular como reuniones políticas y estudiantiles entre otras.



Avisos en "EL TIEMPO", 1918.

Desde 1914 hasta 1928, los Di Doménico buscaron a través de su firma, la Sociedad Industrial Cinematográfica Latinoamericana (S.I.C.L.A.), ofrecer y promover toda una amplia gama de espectáculos públicos, teatrales y cinematográficos en diferentes ciudades del país además de ofrecer el servicio de venta y alquiler de equipos cinematográficos y de películas.



En Bogotá, un mes antes de la inauguración del Salón Olympia, el primer edificio construido con la exigencia de la proyección cinematográfica<sup>65</sup>, se publicó en la prensa una noticia acerca de la posibilidad de reciclar otro edificio para proyectar cine: “Parece que es un hecho el arreglo decente de la Estación del Tranvía en Chapinero para establecer allí cinematógrafo, patines y otras diversiones y así crear una buena renta a la empresa del tranvía”; finalmente, este proyecto no se concretó.

El importante acontecimiento que representaba este primer teatro, fue ampliamente cubierto en la prensa local: “Próximamente se estrenará un magnífico aparato cinematográfico de los Señores Di Doménico Hermanos, último modelo, en un magnífico edificio estilo europeo, que con tal objeto se edificará en San Diego”.

El aviso publicado en febrero de 1912, que informaba además que la instalación eléctrica del proyecto mencionado era propia y que la capacidad incluyendo patio y salones era de unos 5000 espectadores (otras fuentes estiman el aforo del Salón en 3000 sillas), generó grandes expectativas a toda una ciudad que el domingo 8 de diciembre de aquel año, con la película “Novela de una joven pobre” estrenada un año atrás en Italia<sup>66</sup>, pudo asistir a la inauguración el Salón Olympia, que aún se encontraba sin terminar.

El nuevo edificio cuyo nombre fue tomado del Cinema Olympia, el más importante salón para espectáculos de aquella época en Italia, abrió una nueva etapa en el campo de la proyección de cine pues los Di Doménico concluyeron así las temporadas itinerantes cuyo centro principal fue el Parque de la Independencia, y se abrió esta nueva posibilidad de esparcimiento para la ciudad gracias a la gestión de Vincenzo Di Doménico para seducir a un grupo de inversionistas locales con el fin de construir el primer gran salón de Bogotá cuyo diseño permitiera exhibir cine cómodamente.

<sup>65</sup> Los datos acerca del Salón Olympia provienen con contadas excepciones del libro ya citado: TIEMPOS DEL OLYMPIA.

<sup>66</sup> MARTÍNEZ PARDO, Hernando. Historia del cine colombiano. 1 ed. Bogotá : América Latina, 1978. 472 p.

## SALÓN OLYMPIA



Aviso en "EL TIEMPO", 1920.



Tomada de: Jorge Nieto & Diego Rojas, *Tiempos del Olympia*, 1992.

Quienes querían apreciar las proyecciones de frente pagaban 20 centavos mientras quienes debían valerse de un espejo o contratar los servicios de un lector que narraba en voz alta, pagaban sólo 10 centavos, y a pesar de ser la sala de cine de la cual se tiene más información, no se conoce la capacidad real de este primer palacio del cine en Bogotá fundamentalmente porque el estimado de espectadores por banca solía ser menor que la cantidad real de personas que se acomodaban para disfrutar de alguna película.

Desde sus inicios, en el Salón Olympia se alternaron gran variedad de espectáculos con el cine, que era la actividad central y con el tiempo afianzó su permanencia: el local ofrecía innumerables posibilidades de adaptación para pista de patinaje en la que se celebraban concursos, torneos de hockey o simples veladas sobre ruedas amenizadas con orquesta; escenario de transformistas fascinadores, ventrílocuos y contorsionistas, sala de conciertos, opereta, zarzuela, presentaciones de ballet y audiciones musicales, salón de baile donde se realizaron concursos de resistencia por parejas, sala de conferencias, recinto para audiencias públicas de sonados casos judiciales, coso para presentaciones de bicho taurino, y ring de boxeo<sup>67</sup>.

<sup>67</sup> NIETO Y ROJAS, *Op. cit.* p. 59.

Se hicieron muy frecuentes en esta época las funciones para recaudar dinero para obras de caridad, que servían al mismo tiempo como publicidad de las películas y de los empresarios que las cedían, y al poco tiempo de inaugurado el Salón Olympia se convirtió en el escenario favorito para tales actos.

El público bogotano concurría en gran número, y como sucedía en las salas precursoras en la mayoría de ciudades latinoamericanas, el telón ubicado en el centro del salón fue la causa de innumerables anécdotas que evidenciaban la realidad de la segregación que las clases altas alcanzaron a promover al interior de estos espacios, aunque esta modalidad no se generalizaría ni duraría mucho tiempo.

Paralelamente a la promoción y exhibición de sus espectáculos, desde 1913, los Di Doménico se dieron a la tarea de producir noticieros cuyos temas eran los carnavales, las fiestas religiosas, las inauguraciones y los acontecimientos públicos de la ciudad que luego eran presentados al público en sus salas de cine bajo el nombre de Diario Colombiano, antes de la proyección de alguna de las películas del día.

A mediados de 1913 se abrió en Chapinero, para los veraneantes del “Versalles bogotano”, el Salón Talía con funciones de cine y sesiones de patines, posteriormente, se habló de un proyecto en el Parque del Centenario, el de los “ranchos horrorosos”, que finalmente no se llevó a cabo, lo que sí sucedió con el Salón Apolo en 1914 y el Cinerama en 1915, y después aparecieron proyectos como el del Padre Campoamor en el edificio destinado a los actos comunales, el Teatro Moderno de las Cruces, el Caldas y el Bogotá.

Aunque no existe ningún testimonio sobre su consulta en el caso de las salas de cine construidas en Bogotá, es importante mencionar la existencia de un manual titulado *Modern Theatre Construction*, de Edgard Bernard Kinsila, editado en 1917, en el cual estaban consignados todos los parámetros e indicaciones sobre construcción de teatros adecuados para la exhibición cinematográfica; y además de este texto, circulaban

recomendaciones y lineamientos al respecto en revistas como Cine Mundial y The Movie Picture World<sup>68</sup>.



Aviso en “EL TIEMPO”, 1920 y 1925.

En 1917 se construyeron dos nuevas salas de cine, controladas en un principio por El Kine que luego se convertiría en Empresa de Belisario Díaz y que intentó convertirse en la distribuidora más importante del producto norteamericano.

El Teatro Caldas en el importante y representativo barrio de Chapinero donde según los comentaristas de la época se gozaba de aire puro y de paseos encantadores, fue encargado por el propietario Bonifacio Vélez, al ingeniero Arturo Jaramillo, en uno de los puntos descritos como “más amplios, centales y bellos del camellón del tranvía que contaba con buenos asientos, cantinas bien provistas para los días de función, un magnífico juego de aguas para el aseo o en caso de incendio, y servicio de baños fríos y calientes...”<sup>69</sup>

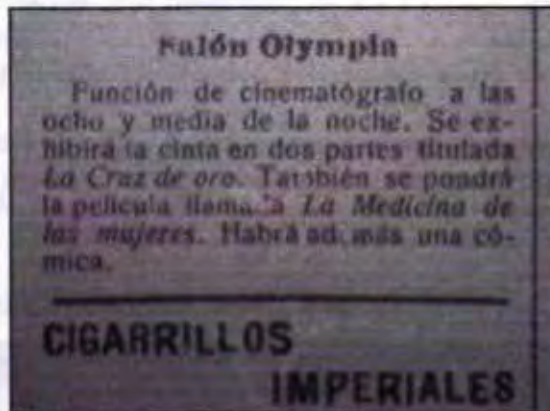
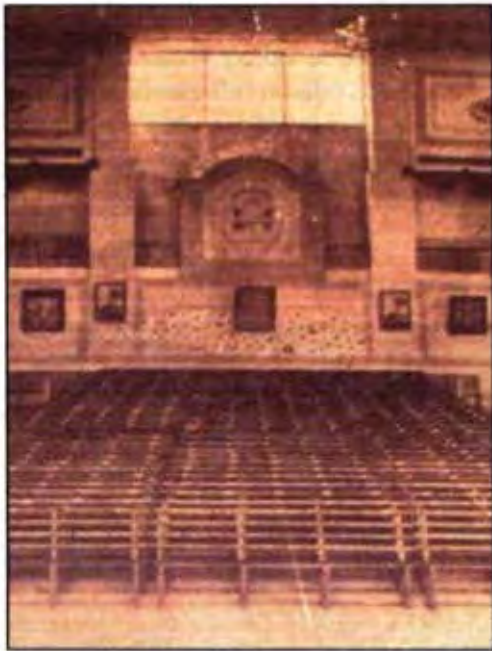
También se construyó el Teatro Bogotá inaugurado en 1918 “en la parte alta de la calle 20, con más de 120 palcos y capacidad para 2000 espectadores, construido por una compañía de fuertes capitalistas”<sup>70</sup>, y del cual se informó luego que era obra de los círculos obreros católicos dirigidos por el Padre F.co J. Posada.

<sup>68</sup> OCHOA VEGA y ALFARO SALAZAR, Op. cit., p. 40.

<sup>69</sup> NIETO y ROJAS, Op. cit., p. 121.

<sup>70</sup> Ibid., p. 121

## INTERIOR DEL SALON OLYMPIA



Aviso en "EL TIEMPO", 1925.

Tomada de: Jorge Nieto & Diego Rojas, *Tiempos del Olympia*, 1992.

Era normal ante la gran curiosidad de los bogotanos y la escasez de edificios destinados a este tipo de actividades, el sobrecupo y la reventa de boletas, principalmente en los primeros años del Salón Olympia y en el Teatro Municipal, pues la vida de la ciudad giró en muchas ocasiones alrededor de los salones: para Bogotá y en general para las costumbres ciudadanas en todo el país fue definitivo el estilo de diversión instaurado a partir del Olympia: al cumplirse la primera década de inaugurado, Calibán afirmaba que "de la época del cine para acá se creó la vida nocturna sacudiendo a todos del letargo de una ciudad aburrida y antigua".

El cine se convirtió en un rito importante al pasar de los parques y los pabellones adaptados a los grandes salones que le otorgaban respetabilidad y sentido de permanencia, y en ellos, las presentaciones líricas y musicales llegaron a públicos que nunca hubieran podido apreciarlos en el Teatro Colón, y sobre esta época son muy reveladoras las palabras de Monsiváis:



Las salas, de vastedad hoy incomprensible, son parroquias de los sentidos, recintos del ejercicio de la ciudad o del pueblo.

Ser habitante de las ciudades y no ir al cine los sábados y domingos es no moverse mentalmente del rancho ideal.

Entre 1920 y 1960 el cine es la otra familia, la otra compañía anhelada, el otro método de ilusionarse con los ojos abiertos, el otro pueblo natal, la otra ciudad en donde se vive y se goza y se padece<sup>71</sup>.

### INTERIOR DEL TEATRO BOGOTÁ



Tomada de: Jorge Nieto & Diego Rojas, *Tiempos del Olympia*, 1992.



Tomada de: Bogotá siglo XX: urbanismo, arquitectura y vida urbana, 2000.

La escasa presencia de una tipología arquitectónica definida, marcó durante esta segunda fase sus diferencias con los teatros tradicionales y se presentaron en la ciudad algunos pocos recintos localizados en sectores populares, improvisados para la exhibición y con las mismas o más evidentes deficiencias técnicas y funcionales que los grandes salones, sin vestíbulo, servicios sanitarios ni salidas de emergencia.

<sup>71</sup> BONFIL, op.cit., p. 97.

En este sentido es importante señalar que desde la construcción de las primeras salas de cine, las normas para controlar las condiciones mínimas de construcción y seguridad en estas, partían de la aplicación ajustada a tales casos de los reglamentos vigentes para teatros de la época y era común que en estos, no aparecían consideraciones acerca de las medidas para prevenir incendios, que era uno de los aspectos más delicados a tener en cuenta en la nueva tipología de los cines.

La necesidad de especificar el manejo y protección de los equipos de proyección y de las películas de celuloide, debía ser solucionada aislando el equipo de proyección de la sala, por lo cual en las construcciones de esta fase se generalizó el uso de la caseta cerrada que cumplía con los mínimos requerimientos de seguridad.

A pesar de las quejas de los dueños de estas primeras salas de cine, es evidente que estas inversiones producían buenos dividendos pues en pocos años se multiplicaron y las empresas en competencia incrementaron sus esfuerzos para construirlas y adaptarlas.

Por estos años, la Casa Cinematográfica Colombia grabó y proyectó fiestas sociales, eventos deportivos y religiosos, carreras de caballos en el Hipódromo de La Magdalena, imágenes de travesías en avión, tren, barco y viajes por el Río Magdalena que fueron ampliamente difundidas en los teatros de la capital<sup>72</sup>.

La labor de distribución, exhibición e importación que había permanecido unificada en un principio, cuando una misma empresa, la Compañía Cronofónica, Empresa de Kinematógrafos, Di Doménico Hermanos, ejecutaba las tres etapas de la explotación de cine, se separó a partir de 1918, con la construcción de teatros por parte de empresarios que buscaron su proveedor.

---

<sup>72</sup> Hasta 1955, estos productores antioqueños realizaron cortos institucionales e informativos con el auspicio de alcaldías, cabildos municipales, sociedades de mejoras y ornato y particulares, que mostraron la actualidad de muchas ciudades colombianas.

Esta novedad en el funcionamiento del negocio, amplió las posibilidades de las distribuidoras, ya que así dispusieron de más canales para explotar los productos que traían, y así, en Medellín la empresa Cine Colombia, que se convirtió en la más poderosa de la época.



Avisos en "EL TIEMPO", 1920 y 1930.

Con ocasión del estreno del Teatro Bogotá, un cronista anónimo de El Tiempo enumeraba los teatros existentes y afirmaba, expresando una opinión al parecer generalizada, que la cantidad de estos era sinónimo de progreso<sup>73</sup>:

Es un horror, un horror, un horror cómo progresa la ciudad. Hay que ver la cantidad de teatros que hay aquí donde hace pocos años apenas contábamos con el Colón, el Municipal y el Teatro Variedades situado en el Bazar Veracruz. Ahora contamos además con el Olympia, con el Teatro del Bosque, con el Nuevo Circo de San Diego en donde también se da cine, con el Caldas, estrenado a fines de diciembre pasado y hoy la sociedad se ha dado cita para acudir al estreno del magnífico Teatro Bogotá, situado en la calle 20 pocas cuadras arriba del Camellón de Las Nieves.

Como sucedía en otras capitales latinoamericanas al comenzar la década de los veinte, la fisonomía interna de las nuevas salas construidas se estandarizaba hasta hacerse familiar a los espectadores que ya esperaban y en algunos casos exigían características y aspectos tales como: ~~casa~~ de proyección aislada y con materiales y aberturas según especificaciones, capacidad para los espectadores acorde con las capacidades del edificio, silletería fija al piso e independiente entre sí con distancias justas entre las hileras, salidas



de emergencia bien iluminadas, servicios sanitarios, instalación de equipos contra incendios como extinguidores y mangueras, control a la sobreventa de boletas y restricción a los fumadores.

Un cronista también anónimo de El Tiempo, anunciaba el estreno del Teatro Moderno y comentaba su importancia en la formación de un protosistema de equipamientos de este tipo:

En la calle segunda entre carreras octava y novena, se ha inaugurado un bellissimo teatro, que tiene el nombre arriba indicado. El teatro es uno de los más grandes y bellos de la ciudad, y tal estreno viene a mostrar cómo Bogotá se está preocupando por sus espectáculos, pues si en el año 10 no había sino el Colón, el Municipal, el Variedades, el Bazar Veracruz, y el del Bosque, hoy, fuera de un gran circo muy moderno, tenemos el Olympia, el Caldas, el Cinerama, el Bogotá y ahora el Moderno<sup>74</sup>.



Avisos en "EL TIEMPO", 1930 y 1920.

Incluido el Cinerama y el Real inaugurado a finales de 1920, Bogotá tenía ese año cuatro salas que proyectaban periódicamente funciones de cine y seis teatros que lo proyectaban exclusivamente en la época en que el cine norteamericano consolidaba su hegemonía:

Estados Unidos había comenzado la penetración de su cine en los mercados latinoamericanos hasta llegar a monopolizar el 90% de la programación en todos los países. Para abrir este nuevo mercado las empresas norteamericanas emplearon dos

<sup>73</sup> MARTÍNEZ PARDO, op.cit., p. 23.

<sup>74</sup> Ibid., p. 23.

táticas en la década de los veinte. La primera fue ofrecer las películas a bajo precio, la segunda fundar sucursales de las grandes distribuidoras en cada país. Al mismo tiempo se inició la instalación de sucursales con lo cual los más afectados fueron los tres grandes latinoamericanos (México, Argentina y Brasil) que presentaban un mercado potencial más numerosa por su extensa población, mientras que en países como Colombia esta operación se efectuó durante el sonoro<sup>75</sup>

Al finalizar la década se presentó una crisis, ocasionada en parte por factores derivados de la depresión económica a nivel mundial, y de otro lado por las dificultades propias de una débil economía como la colombiana, factores que ~~retardaron~~ el impulso que inicialmente habían tomado los empresarios en la construcción de salas para la ciudad.

## TEATROFAENZA



Tomada de: Historia de la Arquitectura en Colombia, 1990.

Tomada de: Sociedad de Mejoras y Ornato de Bogotá, S.F.

Aviso en "EL TIEMPO", 1925

En abril de 1924 se sumó el Teatro Faenza al sistema urbano de cines, aumentando no sólo la competencia sino un problema que inquietaba a los inversores, como fue la escasez de

<sup>75</sup> Ibid, p. 153.

películas, mientras la prensa comentaba respecto a las características de las salas y la calidad de las películas y su proyección:

Las funciones se han recortado enormemente al paso que se alzan los precios. Se multiplican los entreactos y los avisos en la tela. Las películas que se podrían dar en uno o dos actos se dividen en tres o cuatro brevisimos. El público ha sido de una benevolencia infinita con el Salón Olympia y no le ha retirado su favor, a pesar de lo deficiente del espectáculo que en muchas ocasiones no está a la altura de otras épocas<sup>76</sup>.



Avisos en “EL TIEMPO”, 1930.

En tan poco tiempo de haberse instalado en el espacio urbano bogotano, el cine ya evidenciaba la constante capacidad de cambio que como negocio caracterizaba a esta actividad, y su constante disponibilidad a replantearse en la medida en que factores relativos a la industria mismas o provenientes de factores externos lo exigieran, e indudablemente estos últimos años de los veinte, fueron una de las épocas que encerraría más retos:

<sup>76</sup> NIETO y ROJAS, Op.cit. p.121.

En 1925 la electricidad bendita producía en Bogotá otro de sus muchos milagros: el de esta vez sería uno de los más importantes del siglo; el 10 de julio se hacía la primera transmisión radial en Colombia, y con ella se propagó la venta de radiorreceptores, a los que les decían *radiófonos* en esos tiempos; luego vendría la inauguración de la primera impresora en 1929; mientras ello sucedía se podían sintonizar emisoras extranjeras en onda corta, preferiblemente de noche, para escuchar uno que otro boletín de noticias.

Mientras muy pocos *radiófonos* podían en Bogotá pescar en el aire las esquivas ondas cortas, el cine trataba de incorporar, por todos los medios, la sonoridad a su espectáculo. Como más tarde ocurría en los estudios de radio, en las salas de cine se simulaban entre bambalinas los ruidos con los recursos más diversos y artesanales: con matracas, golpes a tarros de manteca, sirenas y motores de gasolina se simulaban los ruidos de las ametralladoras, las explosiones, las ambulancias y el vuelo de los aviones.

Después de 1927 llegaba el cine sonoro, cuya primera técnica consistía en sincronizar la película con los sonidos de un disco impreso enorme y de color rojo. Se llamaba *Vitaphone* esta técnica que creaba muchos problemas de acoplamiento cada vez que reventaba la cinta cinematográfica. *Mesalina*, *El jorobado de Nuestra Señora de París*, *El fantasma de la ópera*, *El gordo y el flaco* y *Ben Hur* fueron las películas más sonadas de la época.

*El Cantor de Jazz* (1927), película que fue presentada en el Teatro Apolo en febrero de 1931 con el título *El Rey del Jazz*, no fue como suele creerse la primera película con sonido, pues *Isabel La Gloriosa* ya se había exhibido en el Teatro Bogotá con la nueva tecnología sonora.

<sup>77</sup> SÁNCHEZ, Consuelo. *De la aldea a la metrópoli seis décadas de vida cotidiana en Bogotá, 1900 – 1959*. I ed. Bogotá: Tercer Mundo – Instituto Distrital de Cultura y Turismo, 1998. 115 p.



## 2.4 FASE III: (1930-1939) LOS EDIFICIOS DE LA MODERNIDAD

De pronto pareció que había mucha más gente, que se movía más, que gritaba más, que tenía más iniciativa; más gente que abandonaba la pasividad y demostraba que estaba dispuesta a participar como fuera en la vida colectiva....

Una vez más, como en las vísperas de la emancipación, empezó a brotar de entre las grietas de la sociedad constituida mucha gente de impreciso origen que procuraba instalarse en ella; y a medida que lo lograba se transmutaba aquella en una nueva sociedad, que apareció por primera vez en ciertas ciudades con rasgos inéditos. Eran las ciudades que empezaban a masificarse<sup>78</sup>.

Uno de los fenómenos que puede explicar el despegue de la construcción de salas de cine en Bogotá, fue la numerosa presencia de agencias y compañías distribuidoras nacionales e internacionales, en una época que no presentaba el nivel de monopolización que esta actividad presenta hoy día. En esta época, la empresa nacional Cine Colombia seguía siendo la empresa más importante, pues distribuía las películas norteamericanas (M.G.M, FOX, Columbia y RKO), así como las argentinas y mexicanas a partir de 1930, y para 1945 contaba ya con 9 salas: Olympia, Colombia, Lux, Alameda, Bogotá, Ayacucho y Caldas en centralidades importantes, y España y Nariño como teatros de barrio.

Otras casas importadoras y distribuidoras como Mundial Films, Cueto Films, Regios Films y Exitos Films se consolidaron en los años veinte, y a principios de los treinta decidieron instalar agencias directas en el país: la primera que se radicó en Bogotá fue la M.G.M en febrero de 1932.

En 1934 llegó la agencia de United Artists a Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga, y esta distribuidora a diferencia de las que habían arribado a Colombia, no sigue la tendencia de construir salas propias, y en vez de esto, firma contratos con teatros particulares como sucedió con el Astral y el Faenza en los 40's; y una estrategia similar asumió la Paramount

<sup>78</sup> ROMERO, Op. cit., p. 319.

que tomó del Apolo y el Astral para sus exhibiciones, y la Columbia Pictures que en 1940 arribó a Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla aplicando el mismo esquema<sup>79</sup>.

Por otro lado, la década de 1930 y la primera parte de la década de 1940, marcó el periodo de transición entre la arquitectura republicana y la arquitectura moderna, y en esta época los arquitectos que diseñaron los teatros dotados para el cine, buscaron proyectar sobre las fachadas sus anhelos de modernización mientras en el tratamiento interior, los detalles se acercaban aún un poco a las concepciones tradicionales de distribución y ornamento, todo en un intento por dar a edificios proyectados según las reglas conceptuales de la época anterior, un cierto aire de modernidad a través del uso “de una serie de nuevas modas estilísticas que se apartan de las referencias académicas”<sup>80</sup>.

Sobre el tipo de edificios construidos para la proyección de cine, Germán Téllez describe su significado y evolución como referentes urbanos y de modernidad:

El género “moderno” de los teatros para cine en Bogotá tiene una larga y fascinante historia, comenzando por el “Faenza” -que llegó a ostentar la primera y única fachada de “art nouveau” de la ciudad- y el Olympia, de armazón en madera, escenario de memorables anécdotas de la pequeña historia capitalina.

En los primeros años 30, la adaptación, mal que bien, de incómodos y exigüos lotes en el centro de Bogotá o Chapinero para teatros de cine, tales como el “Apolo”, el “Real”, el “Atenas”, o el “Caldas” (con su curioso porticado neoclásico delante) marcó una época de escenarios tan graciosamente amables como incómodos y “anti-funcionales”. Al final de la década de los 30, teatros de la época “Art-Déco” tales como el “San Jorge” y el “Colombia” tuvieron ya una tecnología estructural y funcional mucho más avanzada. En ellos las condiciones de visibilidad, silletería, equipamiento, etc., pertenecían a un orden y una calidad desconocidas hasta entonces en la provinciana capital del país<sup>81</sup>.

En la década de 1930, el número de salas de cine presentó un lento crecimiento a razón de una por año en promedio, y la característica principal en esta fase es la importancia

<sup>79</sup> MARTÍNEZ PARDO, *Op. cit.*, p. 129.

<sup>80</sup> ARANGO, *Op. cit.*, p. 180.

<sup>81</sup> TÉLLEZ, Germán. Cuéllar Serrano Gómez - Arquitectura 1933 - 1983. 1 ed. Bogotá. Escala, 1988. p. 84.

adquirida como equipamiento moderno que distinguía y diferenciaba dentro del paisaje urbano a los sectores en los cuales se instalaban, puesto que estos nuevos edificios se convirtieron en referencias urbanas más importantes que antiguos hitos que comenzaban a ser desplazados del imaginario de los bogotanos por obra de estos nuevos mojones.

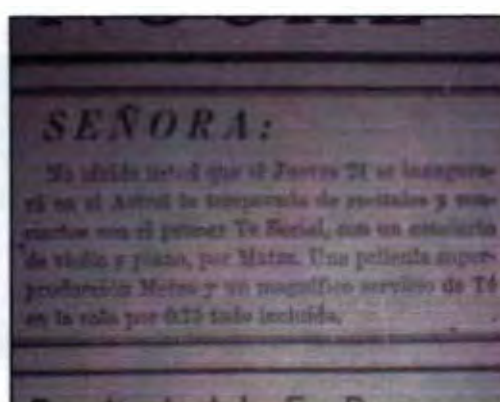
La amplia capacidad de las salas y la profusa decoración que imprimieron los arquitectos en la mayoría de ellas alimentaron su imagen como centros de atracción de vida nocturna, en centralidades importantes de la ciudad y en algunos barrios de la periferia, en donde esta se volvía cada vez más intensa gracias a los grandes estrenos proyectados en las salas: al iniciar la tercera década del siglo XX, la ciudad contaba ya con cinco teatros en los cuales se proyectaba exclusivamente cine, así como otros cuatro que lo programaban alternado con otros espectáculos.

La consolidación de una tipología formal específica cuya imagen fuera fácilmente reconocida por el habitante de la Bogotá que comenzaba a crecer rápidamente, encontró su principal símbolo en el recurso de enfatizar las fachadas de las nuevas salas con grandes arcos y estructuras voladas que cubrían infinidad de carteles ubicados para anunciar las películas exhibidas.



Avisos de “EL TIEMPO”, 1940.





### **Avisos en “EL TIEMPO”, 1940.**

A pesar del uso de nuevos lenguajes y materiales en sus fachadas, las salas que se construyeron en esta fase conservaron un equilibrio entre su arquitectura y la arquitectura que las envolvía, y su diseño estaba aun más que en los años anteriores pensado para seducir a la gente desde el momento mismo en que divisaran el teatro desde la calle.

Con la aparición del cartel – anuncio que resaltaba las fachadas de las salas de cine, se transformó la imagen de la ciudad, especialmente en las noches, que propiciaron con el cine una de las más concurridas alternativas para los bogotanos.

En el plano de Bogotá, años treinta, puede apreciarse el acumulado de los teatros construidos hasta el final de esta fase, y es clara la localización en torno principalmente a centralidades sobre ejes viales como la carrera séptima o en cercanías a esta, y aún son muy pocos los ejemplos de teatros de barrio, pues como tales sólo pueden catalogarse el Moderno y el Narí, ubicados en un sector popular como lo era el barrio Las Cruces.

Durante estos años, los únicos indicios de descentralización de esta actividad lo constituyen el Teatro Caldas, que hacia el sector de Chapinero se convierte en un primer elemento conformador de centralidad, y el Metro Teusaquillo, que a media distancia entre el sector central de la ciudad y el núcleo de Chapinero, demuestra la importancia como direccionador decrecimiento del eje de la carrera trece.

### TEATRO SAN JORGE



Tomada de: **Guía de Arquitectura :  
Bogotá de la colonia al siglo XX, 1994.**



Tomada de: **Sociedad de Mejoras y  
Ornato de Bogotá, S.F.**

Los teatros que se proyectaban hacia fuera del núcleo central eran el Bogotá al oriente, el San Jorge y el Rívoli en el sector de la Estación de La Sabana, y el Santa Fe que era en realidad el antiguo Frontón Jai Alai ubicado sobre la carrera trece al costado sur de la Fábrica de Bavaria; En esta época, las diferencias entre teatros las marcaba no sólo su imagen y dotación física sino además y más que en ninguna otra época, el reconocimiento de los títulos proyectados.

### TEATRO ATENAS



Tomada de: **Instituto Colombiano de  
Cultura, Recorridos fotográficos por el  
Centro de Bogotá, 1982 .**

## 2.5 FASE IV: (1940-1969) LA EDAD DE ORO



Avisos en "EL TIEMPO", 1940 y 1945.



Esta, la fase más extensa descrita en el presente trabajo, es una evidencia de la importancia de estas tres décadas (1940, 1950, 1960) en la definición de la estructura del sistema de equipamientos cinematográficos en Bogotá.

No sólo cuantitativamente se da un crecimiento sostenido de salas de cine y se despliega casi en su totalidad el sistema de exhibición, sino que además, en el aspecto cualitativo se conforma una exposición variada y muy rica de experimentos tipológicos que aparecerán tanto en las centralidades tradicionales y en aquellas que se forman en estos años como en un buen número de barrios y sectores periféricos que aparecían en la periferia de entonces.

La aparición y posterior proliferación de los cines de barrio puede leerse como un producto del proceso mismo de metropolización que vivía Bogotá, pues en la medida en que las áreas de vivienda se expandían y las principales vías eran ampliadas para conectar nuevos sectores con las centralidades existentes, se hizo necesario un proceso de descentralización de una actividad tan importante como ya en aquel momento lo era la exhibición de cine.

## **TEATRO OLYMPIA**



**Tomada de: Bogotá C.D., Museo de Desarrollo Urbano.**

## **TEATRO COLOMBIA**



**Tomada de: Fundación Misión Colombia, Historia de Bogotá, Tomo II / Siglo XX, 1988.**

A esta tendencia respondió rápidamente el capital privado que vislumbraba las excelentes posibilidades económicas del negocio de la exhibición durante estos años, en vista principalmente de la creciente demanda de espectáculos modernos, respaldada por la explosión demográfica que parecía asegurar la rentabilidad del mismo, y prueba de ello es la participación de las más prestigiosas firmas de arquitectos en el diseño y construcción de las salas, especialmente en barrios de clases medias y bajas

Las salas de cine de escala barrial acompañaron los procesos de estructuración y fortalecimiento de comunidades obreras principalmente, por cuanto enriquecieron el espacio cotidiano al conformar plazas y parques centrales, como el Teatro Junín en el barrio Santa Sofía, el Santa Cecilia en el Olaya Herrera, el Unión en La Perseverancia, y los teatros Las Cruces y Quiroga en los barrios del mismo nombre.



Estos cines de escala menor fueron construidos en los centros importantes de áreas residenciales populares consolidadas o en proceso de crecimiento, generalmente sobre las principales vías de acceso y en vecindad con los equipamientos públicos más importantes como eran en esta época las iglesias, escuelas, colegios y salones comunales, desplazándolos en muchos casos como referencia y símbolo de los barrios y de las zonas donde se ubicaban:

El teatro de barrio, aunque espacialmente repetitivo como tipo arquitectónico, por razones puramente técnicas, es individualizable en mayor o menor grado exteriormente, con la ventaja de que su indole misma se presta a frivolidades formales en fachadas que deban tomarlo visualmente atractivo.

Exteriormente, estos teatros de cine en la década de los 40 ostentan unos modernismos alegres que difícilmente serían toleradas por propietarios o usuarios en otros géneros arquitectónicos de la época. De ahí la singularidad que ostentaron en un comienzo, hoy, desafortunadamente, la mayoría ha sido tan alterada, interior y exteriormente, que es prácticamente imposible reconocerlos en muchos casos<sup>82</sup>.

Los treinta años que componen la cuarta fase descrita en el presente trabajo, representan no sólo la evolución de las tipologías formales de las salas y el crecimiento sostenido de su dinámica de construcción hasta llegar al número más alto de salas inauguradas y en operación, sino que además abarca una serie de hechos de muy distinto origen que incidieron en el crecimiento y estructuración de Bogotá y en la forma que tomaría la conformación del sistema metropolitano de exhibición que aquí analizamos.

Factores como la migración masiva del campo que comienza a saturar las estructuras de la ciudad, diversos intentos de planificación que encuentran su punto más importante con la formulación del Plan Piloto y el Plan Regulador, la creación del Distrito Especial dentro del proceso de metropolización de Bogotá, y la aparición de nuevas tecnologías de proyección, además de la aparición del servicio de televisión abierta, hacen de este periodo el más importante y complejo: la expansión de Bogotá a partir de los años cuarenta tenía ya en gran parte definidas unas directrices sobre las cuales crecería la ciudad en lo sucesivo.

---

<sup>82</sup> TELLEZ, Op. cit., p. 84.

### TEATRO AYACUCHO



### TEATRO PALERMO



Tomadas de: Germán Téllez, Cuellar Serrano Gómez, Arquitectura 1933 – 1983, 1988.

Por otro lado, con la **adopción** definitiva de lenguajes **arquitectónicos** modernos para **representar** las nuevas funciones que la ciudad moderna **exigía**, fueron **desplazadas** formas de vida y costumbres tradicionales heredadas del siglo anterior, **junto** con buena parte de la **arquitectura** y los espacios que las **albergaban**.

Ya no será sólo el **centro** de la ciudad el **epicentro** de las principales actividades puesto que la **expansión** en curso **consolidará** otros sectores y **centralidades** a lo largo de la ciudad, incluso en **zonas periféricas**, y las salas de cine en particular se **asentarán** en **corredores** viales y **nuevas centralidades** que en su mayoría aún hoy son **reconocibles**.

La **importancia** de los teatros de cine como elementos **propiciadores** de **socialización** entre individuos y comunidades, **actúa** ya en esta **época** como un **factor cohesionador** del espacio urbano en **diferentes** escalas, a pesar del aparente valor que **adquiere** como **instrumento** de **descentralización** de una actividad tan **importante** y que hasta finales de 1930 se concentraba en la **zona** del Centro y hacia Chapinero.

En el plano **correspondiente** a la **década** de los años **cuarenta**, se puede observar como el **recorrido** que siguen las salas de cine tiende a la **descentralización**, siguiendo principalmente tres **ejes viales**: la **carrera séptima** desde la **avenida primera sur** hasta la **calle**

veintiséis, la carrera trece desde la calle veintiséis hasta la calle sesenta y tres, y la calle trece desde la carrera quinta hasta la carrera veinticinco aproximadamente.

En sectores de vivienda obrera como el Retiro, el 20 de Julio, el Santa Cecilia, el Santa Lucía y el Santander al sur de la ciudad, el Samper Mendoza al occidente, y en barrios del sector del 7 de Agosto como el Benjamín Herrera y el Rafael Uribe al norte, se construyen varias salas de cine que corroboran la tendencia descentralizadora de la actividad.

La construcción de este tipo de equipamientos en sectores populares demuestra además que los empresarios que en su mayoría eran propietarios de uno o dos teatros, buscaban lugares para implantar sus edificios en aquellos sectores que iban ensanchando la ciudad y sin hacer mayores cálculos sobre lo que podría ocurrir a futuro en dichos sectores.

#### TEATRO ESPANA



#### TEATRO ALAMEDA



Tomadas de: Germán Téllez, Cuellar Serrano Gómez, *Arquitectura 1933 – 1983*, 1988.

Por otro lado, la administración Municipal ya reconocía la importancia del sector privado en la construcción de ciudad, y en este sentido se intentó regular un poco la parte constructiva de edificaciones, incluidas las salas de cine: en un documento publicado en 1944 por la Secretaría de Obras Públicas del Municipio de Bogotá, titulado *Disposiciones sobre obras públicas y particulares*, se hace énfasis en la necesidad de contar con un Código de Construcciones, pues sólo hasta 1938 las normas que regían la construcción de



teatros y salones de espectáculos -catalogados como edificios especiales- fueron reguladas por el Decreto 388 de 1938 de la Alcaldía.

Es importante señalar también, como desde la Planeación Urbana, se reconoce la importancia de estos equipamientos, cuando ya son una realidad en la ciudad: en la memoria del *Plan Regulador* de los arquitectos urbanistas Wiener y Sert<sup>83</sup> elaborada en 1953 se enfatiza la urgente necesidad de construir desde el sector público y/o privado, equipamientos que dentro del esquema de un plan general beneficiaran a los grupos de vivienda o unidades vecinales.

El documento citado resalta la carencia de una amplia gama de equipamientos que debían cubrir todos los servicios sociales, y la poca iniciativa por parte de las autoridades de planeación para obligar a los constructores privados a llevar a cabo obras de tipo cultural en justa proporción con el ritmo de urbanización de grandes extensiones de tierra, pues esta omisión repercutía negativamente en la ciudad construida, porque con el paso del tiempo se hacía mucho más difícil y costoso resolver el problema de la adquisición de terrenos para la construcción de espacios y equipamientos culturales deportivos y recreativos.

#### TEATRO ALCALA



#### TEATRO CAPITOL



Tomadas de: Instituto Colombiano de Cultura, Recorridos fotográficos por el Centro de Bogotá, 1982.

<sup>83</sup> WIENER y SERT. El Plan Regulador: memoria de los arquitectos urbanistas Wiener y Sert. En: *Anales de Ingeniería*. Órgano de la Sociedad Colombiana de Ingenieros. Vol. LVIII. No. 640 (oct. 1953); p. 7.

Los servicios sociales y los parques constituían para Wiener y Sert el complemento de la habitación urbana, su prolongación o extensión que posibilitaba las relaciones entre vecinos aumentando el espíritu de ciudadanía, en tanto ofrecían además la posibilidad de valorizar las áreas centrales de la ciudad pues los habitantes de estas no sentían entonces la necesidad de salir de la zona urbana a los suburbios para encontrar los espacios de distracción, juego y esparcimiento adecuados si tenían todas estas facilidades a muy poca distancia.

Planteaban además, dentro del apartado definido como *Servicios Sociales y Áreas Verdes*, la creación de un sistema de parques y servicios sociales para la ciudad con una estructura en la cual sobresalía el siguiente planteamiento que consideramos importante revisar, pues orienta en torno a las directrices formuladas desde la *planificación*.

Los *servicios sociales de sector* eran concebidos claramente ligados a la ubicación de los parques de sector, y en algunos casos algunos de estos deberían agruparse alrededor de una pequeña plaza pública para constituir el núcleo del sector, localizada sobre la V4 más apropiada y cerca de la principal zona verde del sector o próximo a uno de los grandes espacios verdes aislados; estos núcleos de sector debían incluir fundamentalmente 9 elementos<sup>24</sup>:

- Sala de cine, reuniones y conferencias
- Mercado, tipo americano en el norte y centro, y tipo abierto popular en el sur
- Abastos y talleres de aprendizaje
- Café restaurante
- Iglesia y casa cural
- Biblioteca pública
- Unidad sanitaria - dispensario
- Administración
- Correos y telégrafos

---

<sup>24</sup> Ibid., p. 48.

Los desarrollos urbanísticos de estos años plantearon la inclusión de una amplia gama de servicios, incluido el cine, y dos buenos ejemplos de esta tendencia aunque con una década de diferencia en su construcción, son el Centro Urbano Antonio Nariño con su Teatro Cádiz y el Teatro Adriana en Pablo VI

#### TEATRO CADIZ (Centro Urbano Antonio Nariño).



Archivo Personal, 2004.



Tomada de: Carlos Martínez,  
Arquitectura en Colombia, 1963.

Si bien los cines de barrio eran concebidos con características arquitectónicas mucho más sencillas que las que mostraban las grandes salas, se manifestó el contraste de estos edificios con el paisaje urbano que los rodeaba pues cada vez se construían con detalles y acabados de corte más moderno, buscando resaltar principalmente su verticalidad en vez de la generalizada horizontalidad que el perfil urbano de Bogotá presentaba

Según Martínez Pardo, en 1942, existían en Bogotá 21 teatros cuya programación daba prioridad al cine mexicano, seguido por el norteamericano, el argentino y algunas películas francesas, y ya era un hecho la desaparición del cine italiano de las pantallas bogotanas; ya en 1943, de 17 películas en cartelera a principios de mes, 8 eran mexicanas, 7 norteamericanas, una argentina y una francesa, siendo las producciones argentinas y las francesas las que ceden ante la presión de la oferta gringa<sup>85</sup>.

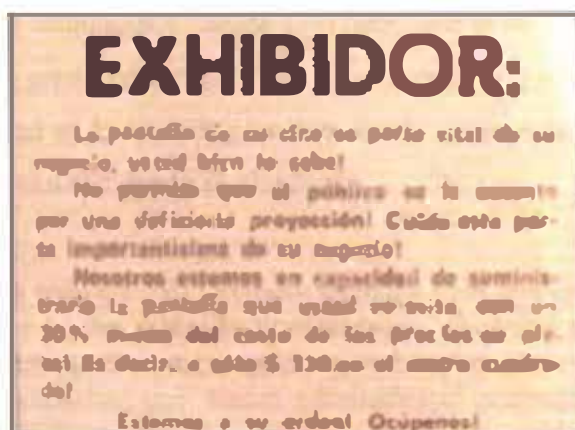
Se consolidaba además la presencia de las grandes distribuidoras, que directamente hacían presencia: la M.G.M proyectaba sus productos en teatros de Cine Colombia inicialmente,

<sup>85</sup> MARTÍNEZPARDO. Op.cit., p. 130.

pero más adelante tomó la exclusividad del Teatro San Jorge y en 1945 tomó la decisión de construir sus propios teatros: el Cine Metro y el Metro Tansquillo en Bogotá, además del Metro Avenida en Medellín y el Apolo (luego Metro) en Barranquilla; igualmente, Clasa Films, la productora mexicana radicada en 1944 y que en enero de 1946 cambió su razón social para llamarse Películas Mexicanas (PELMEX), distribuyó desde entonces producciones de otras productoras de México, exhibiendo inicialmente en el Teatro Real y posteriormente en su Teatro México.

El acontecimiento más importante entre 1945 y 1946 y que tendría repercusiones en la distribución y exhibición, fue sin duda la llegada de películas norteamericanas dobladas al español: *La luz que agoniza* se estrenó en febrero de 1945 en el Teatro San Jorge y como se anunciaba en los periódicos: “ahora el león de la M.G.M. hablaba en Español”.

Esta novedad técnica contribuyó a que hacia finales de esta década se produjera un notable crecimiento en el número de sucursales o filiales de compañías extranjeras de distribución y exhibición<sup>86</sup> que llegaban a competir con la Metro, Pelmex, Columbia, Paramount, Artistas Unidos, Cueto Films, Francia Films, Fox, RKO Pictures, Warner Bros, Rank Organization y Films Italia, entre las más reconocidas.



Aviso en “Películas y Exhibidores”, 1960. Aviso en “EL TIEMPO”, 1955.



El éxito de las películas dobladas aumentó la programación hasta el momento escasa de películas norteamericanas en los teatros conocidos como “de segunda” y en teatros de barrio, entrando a competir en mejor forma con el monopolio de las producciones mexicanas, y encontramos además, que los teatros fueron clasificados en tres categorías, a las cuales correspondían unos rangos de precios de las entradas<sup>87</sup>:

- Teatros de primera, \$0.60 : Colombia, Astral, Apolo, Lux, San Jorge, Faenza, Real y Atenas.
- Teatros de segunda, \$0.50 y \$0.40 : Caldas, Imperio, Odeón y Tensaquillo.
- Teatros de barrio, \$0.30 y \$0.10 : Olympia, Granada, Nariño, Santa Fe, Alhambra, Nuevo Rívoli, Avenida y Bogotá.

La clasificación realizada, parece arbitraria si se analiza la localización y se deduce la importancia que cada uno de estos tenía para la época, y podemos afirmar que este tipo de medidas llevarían con el tiempo a fortalecer unos teatros en detrimento de la actividad de otros.

Con la construcción de escenarios dotados de las últimas tecnologías de proyección, comienza a presentarse el fenómeno de abandono y alteración de las antiguas salas, que son modificadas perdiendo sus características originales y sucede algo peor: con la desaparición del Salón Olympia se presenta la primera gran pérdida que sufrió el sistema, pues este había sido el símbolo del inicio de esta actividad en la ciudad, y su demolición presagiaba lo que podría ocurrir con otros teatros que pudieran estorbarle al progreso:

Un sábado de mayo de 1945 la prensa publicó: “El Olympia sintetiza toda una época de gratas y hennosas añoranzas, casi medio siglo de encantadores recuerdos para varias generaciones de pura estirpe santafereña que por primera vez contemplaron las grandes hazañas de héroes ya desaparecidos, que vieron admirados el embrujo de aquel endiablado aparatito por cuyos haces de luz brotaban imágenes, ruidos y sonidos milagrosos”.

---

<sup>86</sup> Ibid., p.206.

<sup>87</sup> Ibid., p. 130.

El domingo se exhibieron “en matinal a \$0.15, *Chan en Río* y ¡*Que par de reclusas!*, en matiné doble a \$0.30, *Blanca Paloma* y el ‘corto de Manolete’ y en vespertina y noche, a \$0.20, *El Capitán Blood*, para todos”.

El siguiente lunes terminaron los días del Olympia, cuando una piqueta municipal, “la piqueta del progreso”, comenzó a demoler sus muros y estructuras para dar paso a la continuación de una calle, la actual carrera novena, que trazaba un nuevo destino al terreno<sup>88</sup>.

Desaparecía el primer edificio destinado a la proyección de cine, cuando esta actividad era ya el espectáculo favorito de los bogotanos, y la continuidad diaria de las funciones y la frecuencia de asistencia por persona, muy superiores a las de cualquier otra alternativa de esparcimiento, pero su desaparición y las razones para su destrucción mucho tienen que ver con una tendencia que a lo largo del siglo ha caracterizado las actuaciones sobre el patrimonio arquitectónico en Bogotá, y que podemos ilustrar con unas palabras de Berman:

Al ver cómo era derribado uno de los más encantadores de estos edificios para dejar paso a la autopista, sentí una tristeza que, ahora puedo verlo, es endémica de la vida moderna. Pues a menudo el precio de hacer avanzar y expandir la modernidad es la destrucción no sólo de instituciones y ambientes “tradicionales” y “premodernos”, sino también— y aquí reside la verdadera tragedia — de todo lo más vital y hermoso del propio mundo moderno<sup>89</sup>.

En el Anuario de Estadísticas de Bogotá, del segundo semestre de 1944, se calculaba que a las 32 salas de cine asistieron durante los seis meses unos 3'149.058 espectadores que dejaron \$1'472.263.40 en 16.221 funciones de cine, para un promedio de 194 personas por función, y \$46.000 de entrada bruta por sala; el espectáculo teatral tenía el segundo lugar en favoritismo con 192.650 espectadores que pagaron \$143.123 en funciones presentadas en los dos teatros de la ciudad, el Colón y el Municipal, para una asistencia de 490 espectadores por función; las corridas de toros ocupaban el tercer lugar con asistencia de 45.502 personas que pagaron \$40.190 con un promedio de 3.033 espectadores por corrida, y después aparecían las carreras de caballos que atrajeron 35.090 espectadores en 26 sesiones para un promedio de 1439 personas por sesión que pagaron \$23.294 en taquilla<sup>90</sup>.

<sup>88</sup> NIETO y ROJAS, Op. cit., p. 130.

<sup>89</sup> BERMAN, Marshall. Todo lo sólido se desvaneció en el aire: la experiencia de la modernidad. 5 ed. Bogotá: Siglo Veintiuno Editores, 1991. p. 310.

<sup>90</sup> MARTÍNEZ PARDO. Op. cit., p. 132.

## TEATRO EL DORADO



Tomadas de: Germán Téllez, Cuellar  
Serrano Gómez, *Arquitectura* 1933 –  
1983, 1988.

## TEATRO CHILE



Tomada de: *Revista Proa*.

Esta época vio surgir también, los primeros intentos por consolidar el movimiento de los cine clubes, que tanta importancia tendría en la fase en la cual los teatros entrarían en crisis por su deterioro y deficiente programación, aunque ya en los años veinte y durante un corto tiempo, los *Di Osmónico* intentaron realizar campañas educativas para habitar al público del cine a “comprenderlo y apreciarlo como arte”, que sin duda fueron el antecedente más cercano al movimiento de cine clubes.

En 1940 se fundó el Cine Club de Colombia bajo la iniciativa de Carlos Martínez, Gloria Valencia de Castaño, Bernardo Romero Lozano, Hernando Téllez, Jorge Valderrama y Luis Vicens, con el propósito según sus fundadores de “mejorar el gusto del público, llamar su atención sobre las obras perdurables de la cinematografía y evitar que ciertas películas antiguas caigan en el olvido”; la primera reunión del Cine Club de Colombia se preparó en el Teatro San Diego, pasando posteriormente al Teatro Alhambra, al California en 1951, a El Dorado en 1960 y ese mismo año a la sala de proyección de Radio Sutatenza<sup>91</sup>.

<sup>91</sup> *Ibid.*, p. 223.



En 1946 el Ministerio de Educación en asocio con el Teatro Astral planteó la presentación de funciones cinematográficas destinadas a la formación de estudiantes de bachillerato de colegios bogotanos, iniciativa que aparte de recibir el apoyo de columnistas especializados en cine, no se llegó a concretar pero marcó otro precedente acerca de los orígenes en Bogotá, de programas para la formación cinematográfica del público, con apoyo de instituciones nacionales.

Más tarde, en 1955, se fundó el Cine Club de la Prensa, que buscaba la manera de que los periodistas pudieran conocer los filmes programados para Bogotá y anticipar sus comentarios de aquellos que estaban por estrenarse, y llegó a encontrar apoyo de las casas distribuidoras al punto que el Teatro Mogador les era prestado para realizar las proyecciones.

Según datos publicados en un informe departamental,<sup>92</sup> hacia 1950 la capital del departamento:

Presenta una alta concurrencia a espectáculos públicos que puede estimarse, más o menos, en 11 millones de espectadores al año. La mayor asistencia corresponde a cinematógrafo que alcanza el 89 por ciento del total, el cinco por ciento está representado por asistentes a foot-ball y el resto a otros espectáculos. El total de lugares de espectáculos que funcionan en la ciudad arroja 64 unidades. Distribuidos según clase de espectáculo, hallamos: 57 salones de cinematógrafo, 1 Teatro para altos espectáculos, un teatro para comedia y variedades, 2 stadiums, 2 galleras, 1 plaza de Toros, 1 velódromo. Bogotá cuenta con el Teatro Colón, uno de los primeros coliseos del Continente, destinado a espectáculos de alta calidad artística. Con salones de cinematógrafo de primera categoría tales como el Colombia, Mogador, Cine Metro, Coliseo, Americano, etc.

A pesar de las cifras optimistas en torno al negocio, el panorama de la exhibición comenzó a eclipsarse en los años cincuenta ante un gran obstáculo: la irrupción de la televisión, que obligó a la cinematografía a renovarse tecnológicamente para enfrentar al nuevo

<sup>92</sup> REPÚBLICA DE COLOMBIA. CONTRALORÍA GENERAL DE CUNDINAMARCA. DIRECCIÓN DEPARTAMENTAL DE ESTADÍSTICA. Hechos y cifras de Cundinamarca 1949 - 1952. Bogotá: Minerva, 1954. p. xxvii.

competidor, y en esa búsqueda de nuevos formatos de filmación y reproducción aparecieron el cinemascope, el cinerama y el technicolor entre otros.



Avisos en “El Tiempo”, 1955.

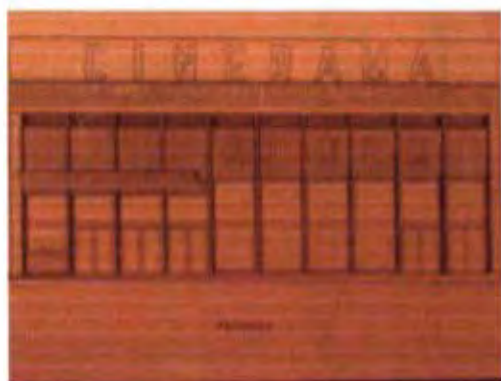
El Cinerama, sistema inventado por Fred Waller, un jefe de efectos fotográficos especiales de la Paramount, y presentado por primera vez en septiembre de 1952 en New York, era un procedimiento que empleaba tres películas, tres proyectores y tres pantallas<sup>93</sup> –los tres proyectores empleaban películas de 35 m.m. rodadas con tres cámaras<sup>94</sup>–; tras estudiar desde 1935 hasta 1939 la sincronización de 11 cámaras que filmaban en un espacio esférico y exponer sus trabajos en la Feria Mundial de New York de 1939 en el interior de un edificio que denominaron *Perisferia*, Waller adaptó este sistema de proyección para el entrenamiento militar en tiempos de la segunda guerra y en 1950 con el especialista en sonido Hazard Reeve fundó la sociedad Cinerama, que construyó además la primera sala comercial.

<sup>93</sup> En cada una de tres cabinas separadas instaladas en diferentes puntos de la sala se encontraba un proyector provisto de una bobina gigante en donde la película pasaba a un ritmo más rápido que en los proyectores normales: 26 imágenes en vez de 24; y pantallas como la primera cóncava construida en París, tenían hasta 27 metros de largo por 11 de alto o sea casi diez veces la de una pantalla normal. La sincronización de imagen y sonido estaba a cargo de un técnico que se ubicaba en una sala de control, pero desde un principio se vieron dificultades y costos que complicaron la universalización del sistema: se necesitaban además veintiséis técnicos calificados para garantizar la perfecta operación.

Sadoul afirma que a pesar de los primeros cuatro años de éxito, en 1956 escasamente existían 20 salas de Cinerama (12 en Estados Unidos y poco más de media docena en Europa Occidental)<sup>95</sup>, puesto que en general la adaptación de salas existentes o la construcción de nuevas, implicaba grandes costos para los exhibidores.

En estas salas, el efecto estereoscópico creado por el movimiento junto al efecto logrado con la pantalla cilíndrica que para algunos espectadores abarcaba más del tercio del horizonte, y la estereofonía lograda con 21 magnavoces reforzaba en el público la impresión de estar no ante la gran pantalla sino en el centro de una realidad reconstruida y fielmente reproducida.

#### SCALA-CINERAMA



#### METRO RIVIERA



Tomadas de: Revista Escala.

Durante todo el año de 1953, el cine en tres dimensiones o 3D, se puso de moda pues el año anterior la sociedad americana *National Vision* había encargado la realización en África de un largometraje en relieve que se llamó *Bwana el Diablo* que aunque de poca calidad consiguió un éxito enorme en taquillas lo cual llevó inmediatamente a varios majors de Hollywood como R.K.O, Warner y Paramount a adoptar el sistema del relieve polaroide<sup>96</sup>, sistema que empleaba dos proyecciones simultáneas que obligaban a casi todos los exhibidores a efectuar frecuentes ~~entrecos~~ <sup>entrecortes</sup> en el transcurso de una película larga pues el uso de las gafas resultaba fastidioso y fatigante para la vista.

<sup>95</sup> SADOUL, *Op. cit.*, p. 203.

<sup>97</sup> *Ibid.*, p.205.

<sup>96</sup> *Ibid.*, p.210.



La gafas polaroides, utilizadas en 1939 en la Feria Mundial de New York para una publicidad de autos de Chrysler y mejoradas para el Festival de Londres de 1951 con películas de demostración e interesantes dibujos animados experimentales en relieve agitaron esta moda que duraría muy poco pues para 1954 los grandes distribuidores norteamericanos ya editaban en dos dimensiones los filmes que habían sido realizados para 3D.



Avisos en “EL TIEMPO”, 1950.

Por esta misma época, Spyros Skouras presidente de la FOX adquirió un procedimiento francés terminado 25 años antes por el investigador Henri Chrétien y emprendió una gigantesca campaña de publicidad a nivel internacional para comercializar el Cinemascope, una tecnología basada en objetivos de lente esférica llamados Hypergonar; la primera película filmada en este sistema y presentada en New York en 1953, fue la superproducción bíblica El Manto Sagrado, cuyo colosal lanzamiento impulsó la difusión de este sistema por el mundo, pues para 1955 existían más de 32.000 salas equipadas con esta innovación.

Desde sus comienzos el cine adoptó en el caso de las pantallas, la fórmula 3x4 o proporción 1x1.33, puesto que sólo las pantallas pequeñas permitían imágenes nítidas, pero con el Cinemascope se adoptaba una proporción doble de 1x2.66 lo cual impresionó al público por las nuevas y gigantescas dimensiones que presentaban las pantallas; y en el campo del sonido, la estereofonía fue lanzada a gran escala con el cinemascope, y en adelante se

podrían registrar hasta cuatro pistas sonoras sobre una película normal de 35 m.m, produciendo una revolución en los sistemas de sonido de miles de salas con grandes reproductores de sonido y grupos de magnavoces, pero sin embargo, ante las dificultades para universalizar el sistema y por las quejas de exhibidores se mantuvo la posibilidad de exhibición en versión ~~estereofónica~~ -de cuatro pistas magnéticas- y no ~~estereofónica~~ -de pista óptica<sup>97</sup>.

## TEATRO LA CARRERA



Avisos en "EL TIEMPO", 1960.

Acercas de los intentos por innovar en los sistemas de proyección, durante la primera mitad de la década de 1950, Sadoul afirma:

Pasada la sorpresa, el público mira una película en tres dimensiones como una bidimensional. En el momento actual las ventajas obtenidas por el arte cinematográfico de las 3D resultan muy pequeñas para hacer desear una costosa revolución del equipo cinematográfico.

Los nuevos procedimientos tienden a provocar una "~~des-ordenación~~" del cine. Estas consideraciones nos llevan a diversas hipótesis sobre el cine del futuro<sup>98</sup>.

En la publicación *Temas Urbanos de Bogotá* preparada para la Exposición sobre Bogotá realizada en los salones de la Sociedad Colombiana de Ingenieros en 1962,<sup>99</sup> el

<sup>97</sup> Los grupos de magnavoces instalados inicialmente en las salas más lujosas de las grandes ciudades eran ubicados así: tres detrás de la pantalla para reproducir música y palabras repartidas en diferentes pistas según la posición de los personajes en la imagen, y un cuarto magnavoz en cualquier lugar de la sala para reproducir sonidos de ambiente; y cabe anotar que especialmente durante la primera década de su difusión, el relieve sonoro del *cinemascope* fue objeto de muchos cambios como producto del esfuerzo de la industria por mejorar el espectáculo en las salas.

Departamento Administrativo de Planificación Distrital presentó resúmenes de cifras y programas contenidos en estudios e informes preparados hasta esa fecha, en el marco de una visión en donde la Planificación comenzaba a entenderse como “un proceso integral y continuo de análisis, ordenamiento y previsión para lograr la elevación de los niveles de vida y el bienestar social, mediante el óptimo aprovechamiento de los recursos de la sociedad, la eficiencia institucional y la transformación del ambiente físico”.

El documento citado, presentado en 20 breves capítulos, de los cuales tienen importancia para este trabajo el correspondiente a Cinematógrafos y en el cual se reseña que para 1962 funcionaban en el Distrito Especial de Bogotá, 80 salas de exhibición de películas que en un 20% eran continuas, es decir que exhibían películas sin interrupción en horarios de dos de la tarde a una de la mañana, siendo esta una de las mayores distracciones de los habitantes de la ciudad, pues según un boletín mensual de estadística de julio de 1962, 19'296.889 espectadores asistieron a proyecciones cinematográficas en los teatros del perímetro urbano y los de municipios anexados para una recaudación total de \$ 33'115.130; los costos de una entrada a cine oscilaban entre uno y cinco pesos según la categoría del teatro y la novedad de la cinta proyectada.

Y se hizo muy frecuente desde esta época, la publicación de estudios y estadísticas acerca de la importancia del cine: una amplia estadística sobre el cine en el mundo apareció en un informe publicado por la UNESCO<sup>100</sup> (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), que toma como período de análisis los años de 1955 y 1969, lapso en el cual la población mundial pasó de 3.025 millones a 3.527, indicaba que las salas de cine aumentaron en un 22%, pasando de 236.591 a 287.100, y en este se señala la importancia de las salas pequeñas y medianas que atraían más público que las antiguas salas de gran capacidad.

---

<sup>100</sup> *Ibid.*, p.214.

<sup>101</sup> BOGOTÁ. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANIFICACIÓN DISTRICTAL. Temas urbanos de Bogotá: conocea su ciudad. Bogotá: Imprenta Distrital de Bogotá, 1962. p. 51.

<sup>102</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. El cine gusta a 19.300 millones de espectadores. Vol IV, No.38 (may. 1971) Medellín.

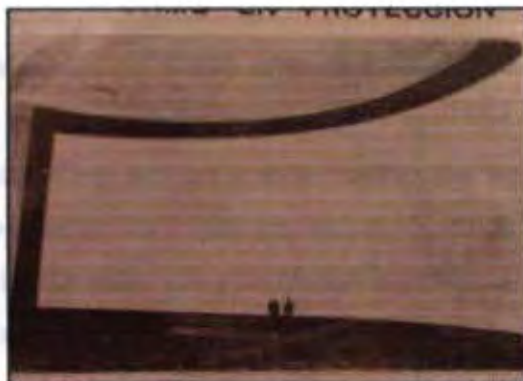


## TEATRO SAN CARLOS



Tomada de: Revista Proa.

## CINE SABANA



Tomada de: "Películas y exhibidores".

Las novedades tecnológicas se hicieron sentir hasta el final de esta fase: en 1967, la empresa Cine Colombia instaló en el restaurado Cine Sabana el equipo de proyección A11 – Purpose Dimension – 150, siendo esta la primera instalación en Suramérica de este novedoso sistema<sup>101</sup>, que usaba proyectores Standard de 70. mm, y que en aquel momento se perfilaba como un sistema que se difundiría rápidamente aunque en aquel momento sólo había sido filmada en este formato la película La Biblia, con la cual fue inaugurado este sistema en el Sabana.

En el Cine Sabana se podían presentar películas de seis formatos distintos, desde D – 150 hasta 35 m.m, y con el sistema Cinemation se podía manejar desde la cabina de proyección los distintos aspectos del teatro “con una serie de switches y botones, en una consola para iluminación, ventilación, aire acondicionado, cambio de dimensiones de las bambalinas y cortinas de la pantalla, etc.”

Mientras esto ocurría con esta industria, la ciudad ya tenía definida su forma decrecimiento y la segregación espacial se acentuaba a través de elementos urbanos y de la posibilidad de acceso a ellos: en un texto de la época, Carlos Marín describe la importancia arquitectónica y urbana adquirida por los centros deportivos de tipo country-club que con

<sup>101</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. Dimension – 150: lo último en proyección. Vol I, No I (dic. 1967) Medellín.



“la comodidad de sus servicios y dotados de espaciosos campos de golf, caochas de tenis, piscinas, etc., existen en las principales ciudades del país”<sup>102</sup>.

En estos equipamientos ubicados en zonas exclusivas y muy cerca de las zonas de vivienda de las clases altas, “los asociados que sufragan el sostenimiento, y sus hijos pueden practicar allí el deporte de sus preferencias”, y aunque a esta descripción se suma la referencia a las construcciones de campos deportivos y sociales realizadas por industrias y empresas comerciales que en esos años tenían entre sus prioridades la prestación de este tipo de servicios a sus empleados y trabajadores, el autor hace énfasis en lo excluyentes que son para la mayoría de bogotanos las posibilidades de recrearse en actividades culturales o deportivas.

#### TEATRO LIDO



Tomada de: Carlos Martínez, *Arquitectura en Colombia*, 1963

#### CINECHICO



Tomada de: Eduardo Samper Martínez, *Arquitectura Moderna en Colombia*, 2000.

Del otro lado de la ciudad, se podía encontrar la alternativa opuesta pues para esta época ya era un hecho que el sistema conformado por las salas de cine había crecido desde la tradicional zona central de la ciudad únicamente hacia sectores de residencias obreras del sur y del occidente:

<sup>102</sup> MARTÍNEZ, Carlos. *Arquitectura en Colombia*. I ed. Bogotá: Pree, 1963. p. 140.

Hacia mediados de los años sesenta hasta el setenta existió el Teatro Ponce, un cine para los pobres, donde presentaban películas mejicanas. Venían circos de todos los barrios. El sector se veía más concurrido los sábados y domingos... Del ochenta para acá de verdad que se acabó la paz...pero llegó la invasión del vicio. Eso acabó con el sector. Quedó bautizado como el Cartucho, como el peor sitio de Bogotá y de Colombia. ¡Qué lástima todo eso!<sup>103</sup>.

En el plano correspondiente a la década de los años cincuenta, se observa como la aparición de teatros seguía siendo importante en la zona central, y así mismo, como sobre la carrera trece y la avenida Caracas desde la carrera veintiseis hasta la calle setenta y dos, la consolidación comercial de estos ejes viales impulsan la ampliación del sistema exhibidor hacia la zona norte.

En sectores populares como el 7 de Agosto, Las Ferias y Fontibón aparecen salas típicamente de barrio, y en el sector de Palermo comenzarán a aparecer edificios de esta misma escala; al sur, en el Eduardo Santos, el Ricaurte, el San Carlos y Muzá, se amplía el servicio de exhibición para esta zona que sin embargo siguió siendo la de menor cobertura.

#### TEATRO MEXICO



Tomada de: Carlos Martínez,  
Arquitectura en Colombia, 1966.

#### TEATRO ALMIRANTE



Aviso en "EL TIEMPO", 1960.

<sup>103</sup> PINEDA, Blanca Cecilia. Historias en sepia y negro. Ed: Bogotá, Historia Común: II concurso de

En el plano de los años sesenta, se aprecia la tendencia de las dos décadas anteriores a construir salas de cine sobre ejes viales mayoritariamente comerciales como la carrera trece, y hacia el norte comienzan a aparecer sobre la carrera quince hacia el sector del Chicó que aún conservaba su carácter residencial.

#### **TEATRO LA COMEDIA**



**Tomada de: Revista Habitar.**

#### **TEATRO LA CASTELLANA**



**Tomada de : Revista Proa.**

Los barrios populares seguían dotándose de sus propios teatros, como sucedió en La Estrada, el San Fernando, el Restrepo, el Galán y el Santa Isabel, y en el norte, con el Teatro La Castellana, apenas comenzaba a dirigirse la construcción de salas a sectores de clases medias y altas, mientras en el centro de la ciudad disminuía la frecuencia de aparición de salas.

Y, como los procesos urbanos siempre se ven afectados por las decisiones administrativas, el caso de los cines no fue la excepción en esta época: como resultado del fortalecimiento del capital comercial, (importación y exhibición) y su capacidad para presionar mejores condiciones de reproducción, se dieron una serie de hechos que desembocaron en un buen número de resoluciones expedidas desde mediados de los años sesenta y hasta diez años después , y que destinadas principalmente a aumentar los precios de la boletería, favorecieron a los circuitos propietarios o administradores de más teatros y al mismo tiempo hirieron de muerte muchos pequeños teatros que no recibían dichos beneficios:



Resolución 083 de febrero de 1963 (aumento de \$0.50 en boleto y autorización para precios especiales a películas cuya exhibición requiera equipos especiales), Resolución 1018 de diciembre de 1965 (aumento de \$1.00 por boleto. Esta queda en \$5.00 para teatros de 1era categoría, \$3.50, \$3.00, \$2.50 y \$2.00 para los restantes según clasificación. \$10.00 para Cinerama y \$8.00 para 70.m.m), Resolución 286 de septiembre de 1968 (aumento de \$1.00 para salas con instalaciones de 70.00 m.m), Oficio No 1704 de Julio de 1970 (libertad de precios para los autocines), Resolución 079 de abril de 1972 (aumento de \$1.00 para teatros de primera categoría), Resolución 078 de diciembre de 1974 (aumentos en todos los teatros por categorías: 1A \$12.00, 2A \$10.00, 3A \$6.00, 1B \$8.50, 2B \$6.00, 3B \$4.50, películas en 70 m.m \$15.00), Resolución 006 de enero de 1975 (libertad de precios para el nuevo conjunto de Cinemas inaugurado por Cine Colombia en Bogotá)<sup>104</sup>.

### TEATRO TISQUESUSA



Tomadas de: Germán Téllez, Cuellar Serrano Gómez, Arquitectura 1933 – 1983, 1988.

Precisamente, después de cuarenta años de actividad, Cine Colombia que representaba el único gran circuito de exhibición de cines –además de cubrir funciones como distribuidor y comercializador de productos para la industria de la exhibición y que contaba con una cadena que vinculaba un total de ochenta y cuatro teatros en todo el país, oficinas y agencias en las principales ciudades del país, así como agencias en Nueva York, Londres, París, Roma, Madrid, Hamburgo, Estocolmo, Milán, Tokio, México, Buenos Aires y

<sup>104</sup> MARTÍNEZ PARDO. Op. cit., p. 431.

Caracas<sup>105</sup> -, fue el gran beneficiado de tales medidas en tanto amplió sus actividades en aquellos sectores de la ciudad en donde las salas de cine demostraban no perder vigencia como puntos de congregación de espectadores.

Esta fase cierra con la construcción del Cine Embajador, que a pesar de tener una sola pantalla presenta ya una serie de rasgos espaciales que caracterizarán las salas de cine que vendrían después, por cuanto en su proceso de diseño se analizaron factores que hasta ese momento no eran tenidos en cuenta por los empresarios y arquitectos:

Ubicada dentro de un edificio que se destaca por su sencillez y monumentalidad, dentro de las limitaciones a que están sometidos esta clase de edificios y el lote escogido. Se hizo un concienzudo análisis de la ubicación del lote y del mejor partido que de éste se pudiera obtener, considerándose la posibilidad de hacer locales comerciales. Se llegó a la conclusión de que sólo debía complementarse con la instalación de un parqueadero subterráneo para comodidad de los asistentes y que pudiera funcionar todo el día sin interferir las actividades de la sala de cine.

Se encargó al Departamento de Arquitectura de hacer dibujos y planos. En su elaboración y estudio estuvo dedicado durante ocho meses. La obra completa necesitó del trabajo de artistas, obreros y técnicos por el espacio de dos años<sup>106</sup>.

## 2.6 FASE V : (1970-1992) CRISIS Y NUEVAS PROPUESTAS

En su Historia del Cine Colombiano, Martínez Pardo realiza un balance de la situación del sector exhibidor en la época que abre esta fase:

De las 600 salas que existían en el país en 1960, se ha pasado a las 800 que existen actualmente. La exhibición se ha ido fortaleciendo cada vez con menores riesgos por su vinculación a casa extranjeras. En 1976 hay 27 casas distribuidoras, la mayoría de ellas filiales de distribuidoras extranjeras. Estas empresas giraron al exterior como regalías, 146 millones de pesos en 1972. Ese mismo año –según datos del D.A.N.E.– los exhibidores recibieron cerca de 423 millones de pesos por valor de entradas a cine

<sup>105</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. Cineco, primera compañía de espectáculos en Colombia. Vol I, No. 1 (dic. 1967). Medellín.

<sup>106</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. Aplicación de lo anterior a una solución concreta. Vol I, No. 1 (dic. 1967). Medellín.

## CENTRO CINEMATOGRAFICO



Tomada de : Revista Escala.

## CINELANDIA



Archivo Personal, 2004.

Salir a hacer compras, a comer y además poder asistir a la exhibición de una película, todo en un mismo edificio, se convirtió en menos de una década en la oferta más “moderna” que los comerciantes podían ofrecer, lo cual derivó en una evidente simplificación de las soluciones arquitectónicas diseñadas que privaron a las salas de sus antiguas calidades formales y espaciales, principalmente por la disminución de las capacidades promedio que descendieron a 200 o 300 butacas por sala.

El sistema de equipamientos para la exhibición de cine ya presentaba un avanzado nivel de descentralización, obtenido durante cuatro décadas de crecimiento de una ciudad que adquirió una forma definida como *tentacular*, pero en esta fase el sistema se desarticuló rápidamente y se clausuraron los subsistemas creados en sectores como Barrios Unidos, el Restrepo y Teusaquillo, con lo cual el servicio de exhibición se replegó nuevamente como en sus orígenes —en la segunda y tercera fases— hacia el centro urbano.

Con las nuevas alternativas que ofrecieron los centros comerciales quedó definida la forma como en la siguiente etapa se prestaría el servicio de exhibición: un mismo punto



geográfico contaría con la infraestructura para ofrecer múltiples funciones en dos y más pantallas<sup>109</sup>.

El monopolio y la influencia que Cine Colombia consolidaba, se reflejó también en un hecho que demuestra el crecimiento del circuito exhibidor más grande y cuyos competidores, dispersos y aislados no ofrecían una competencia real: la formación a mediados de los años sesenta, de un Departamento de Arquitectura e Ingeniería exclusivo de Cine Colombia, que contaba con cinco profesionales de planta (dos ingenieros, dos arquitectos y un dibujante arquitectónico):

La Ingeniería y la Arquitectura tienen una importancia vital en la industria del cine. Ellas se aplican para la construcción de salas con todas las necesidades modernas para que así el público pueda ver sus películas preferidas con la mayor comodidad que sea posible.

Hace varios años Cineco, después de un profundo estudio, llegó a la conclusión de que necesitaba crear un Departamento encargado de la construcción y reforma de sus teatros. Y él por medio de las matemáticas aplicadas tiene a su cargo también la dirección arquitectónica y la interventoría de las obras.

Durante los años de funcionamiento del Departamento ha diseñado en Medellín el cine Palermo y Granada; en Cali el Libia y el Colombia; en Bogotá el Embajador, el Kennedy y el Quiroga.

El arquitecto Cristian Sarria, uno de los integrantes de esta división de Cine Colombia, había presentado su tesis de grado en la Universidad Pontificia Bolivariana, donde terminó meritoriamente en 1962, y bajo el título "Las salas de cine" era el único documento escrito en el país sobre esta tipología, su desarrollo y evolución; algunas de sus apreciaciones son publicadas en Películas y Exhibidores bajo el título *Consideraciones generales para el diseño de una sala de cine*, del cual nos parece importante mencionar algunos pasajes<sup>110</sup>:

III. Consideraciones antes de proyectarlos: Hay un aspecto muy importante en el diseño de una sala de cine y sobre el cual queremos hacer hincapié: el cine es un

<sup>109</sup> Para entender el significado y la repercusión de la aparición de los multipantallas, se puede analizar la información del cuadro anexo sobre puntos geográficos y multipantallas.

<sup>110</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. Cineco, primera compañía de espectáculos en Colombia. Vol. I, No. 1 (dic. 1967). Medellín

de 102 millones de espectadores, cifras que permiten afirmar que ya en 1970, Colombia constituía el tercer mercado cinematográfico de Latinoamérica después de México y Brasil. En todos los momentos del cine colombiano se da el mismo fenómeno: crece la distribución y la exhibición mientras se dedican pequeños capitales a la producción, repitiendo el ciclo que favorece la seguridad de la inversión en los sectores distribuidor y exhibidor mientras la inversión en la producción nacional no puede ser más insegura<sup>107</sup>.

El período de la crisis es así mismo el de las propuestas que se abrían paso en el negocio de la exhibición en las décadas siguientes, y aunque si bien no llegaron a materializarse cuantitativamente en la magnitud de la fase anterior, si cumplieron con su cometido de imprimir en el espacio bogotano, una gama de experiencias y nuevas tendencias que incidieron en las decisiones que los empresarios tomaron en años posteriores y que definieron las formas como hoy se ofrece el cine a los bogotanos.

El descenso en el número de aperturas y el incremento de cierres parciales y definitivos de salas desde la primera mitad de la década de los setentas, marcó el inicio de esta fase que aunque menos extensa que la anterior, fue testigo del arribo de tendencias norteamericanas tales como los *autocines*, las salas de cine-arte, y los cinemas con varias pantallas en edificio exclusivos o insertados en centros comerciales.

Esta última modalidad ligada al comercio, dió lugar a un número de experimentos —muchos fallidos— que desterraron lentamente la alternativa que ofrecía la antigua sala de cine como posibilidad de espectáculo contenida en un edificio exclusivo para su uso; el primero de estos edificios fue el Centro Comercial Chicó, diseñado por Martínez de la siguiente manera: “En este ejemplo de agrupación comercial se utilizó una parte del terreno, la menos rentable, con una sala de cine cuyo funcionamiento incrementa las actividades de los almacenes circundantes”<sup>108</sup>.

<sup>107</sup> MARTÍNEZ PARDO, Op. cit., p. 431.

<sup>108</sup> MARTÍNEZ, Op. cit., p. 172.

espectáculo popular y por consiguiente el edificio debe concebirse de manera que sea llamativo, casi diríamos incitante a entrar en él.

IV. Dependencias de una sala de cine y sus funciones: Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones y después de un completo análisis de caso, se puede entrar a considerar las partes que componen una sala de cine: 1. Vestíbulo exterior, 2. Vestíbulo interior, 3. Sala de proyección, 4. Casilla de proyección, 5. Taquilla, 6. Oficina de administración, 7. Sanitarios públicos, 8. Salida de emergencia, 9. Cuartos para equipo de ventilación forzada o de aire acondicionado, equipos de extracción, 10. Cuarto eléctrico, 11. Confitería, 12. Alcoba y baño para el conserje.

V. Sistemas para su diseño, pros y contras de cada uno: Teniendo ya estudiadas las funciones que desempeñan las diferentes dependencias del edificio, queremos entrar ahora en lo referente a los sistemas de diseño empleados para salas de cine. Los más eficientes son tres a saber: 1. Vestíbulo y sala de proyección en un mismo nivel (es el más sencillo de todos), 2. Luneta y balcón (es el más costoso), 3. Luneta y parte en gradería, con los vestíbulos bajo esta última.

Pero sin duda las definiciones más importantes y que ilustran la visión que los propietarios de salas tenían acerca de las alternativas de construcción según la evolución que este negocio había tenido en Bogotá, las menciona más adelante:

VI. División por ubicación y categoría. Al analizar las anteriores consideraciones, nos podemos dar cuenta de que el diseño de una sala de cine está sometido a muchas limitaciones y reglamentos. Las variaciones que pueden obtener no son substanciales aunque cada caso sea diferente. Se pueden distinguir tres clases de salas de cine:

Las de estreno: localizadas en el centro de la ciudad o en barrios muy populares y cuya capacidad debe ser la mayor posible.

Las de barrio: Pueden tener una capacidad más reducida pues su público se limita al del sector donde quedan ubicadas.

Las de cine continuo: Deben estar localizadas en sitios populares para absorber la población flotante, y su capacidad puede ser reducida.

VII. Recomendaciones para la escogencia del sistema de diseño. Como los cinematógrafos son edificios cuya rentabilidad alta es una de sus condiciones esenciales, el sistema de diseño que se emplee, está íntimamente ligado a este aspecto.

En los barrios residenciales se pueden conseguir lotes de grandes dimensiones y a precios más bajos que en el centro de la ciudad, por lo tanto el sistema de diseño número uno opera muy favorablemente en éstos casos, ya que como anotamos anteriormente no se requiere que sean de una capacidad muy grande.

El caso de los cines de estreno es diferente pues los lotes de grandes dimensiones y bien ubicados, son difíciles de conseguir, requiriendo estos sí la mayor capacidad posible, pues el público de estas salas pertenece a todos los sectores de la ciudad.

Para este tipo de salas, los sistemas 2 y 3 son los más apropiados.



Hay que anotar el caso de los cines continuos, los cuales no necesitan gran capacidad sino muy buena ubicación, ya que reciben gran cantidad de público pero en varias tandas pequeñas.

Desde 1971, Cine Colombia orientó sus políticas de construcción de teatros hacia proyectos de mayor envergadura que los conocidos hasta entonces: la empresa anuncia que en un lote ubicado entre las carreras 7ª y 9ª con calle 24 se proyectaba un centro cinematográfico que incluiría 4 salas envueltas por un mismo edificio; y lo más importante, la obra es publicitada como otro aporte de la empresa exhibidora al progreso de Bogotá pues tal y como sucedió en los años veinte, los empresarios promocionaban sus salas como una contribución privada para el embellecimiento de la ciudad.

Algunos meses después, se especulaba sobre el futuro uso de un lote que poseía la compañía en el barrio Chapinero de Bogotá para construir posiblemente tres modernas salas dotadas con parqueadero para la comodidad de los clientes que tantos problemas podían encontrar para estacionar en un lugar tan concurrido como la zona de la Iglesia de Lourdes; este proyecto debía tener varios años ya, pues en 1970 figuraba en el informe anual del Gerente de Cine Colombia una mención acerca de la adquisición de un lote frente a las calles 62 y 63, entre carreras 10ª y 13, para la construcción de dos teatros con el fin de exhibir en simultánea con salas del centro de Bogotá.

Sin embargo, la construcción de la primera sala de cine con dos pantallas tuvo lugar no en Bogotá sino en Cali porque según declaró el gerente nacional de Cine Colombia, Cali era

La plaza más cineasta de Colombia en proporción al número de sus habitantes. Al ser Cali una ciudad relativamente cineasta y de un desarrollo bastante acelerado, han permitido que Cine Colombia la haya escogido como ciudad piloto de los centros cinematográficos del país y que con ello se estaba contribuyendo al compromiso que tiene la ciudad ante los VI Juegos Panamericanos<sup>111</sup>.

---

<sup>111</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. Primeros Cines Duplex en el país construyó Cineco en Cali. Vol IV, No. 38 (may. 1971) Medellín.

y aseguraba además: "Este moderno sistema, consiste en instalar dos modernos cinematógrafos en el mismo edificio y con el mismo hall, sólo es apreciable en los Estados Unidos, Canadá, Argentina, Venezuela y principales ciudades europeas".

También en Cali, se desarrollaba el primer auto-cine construido en Colombia, el autocine El Limonar, y además de los datos referentes a este proyecto es importante analizar la forma como este tipo de intervención comercial en una ciudad como Cali era definida y expuesta a los futuros usuarios:

Estamos próximos a inaugurar en Cali el Autocine: es este un sistema desconocido hasta este momento en Colombia. Será una novedad, y estamos muy optimistas sobre su éxito. Es muy importante que el público sepa que se tratará de lugares apropiados para programas familiares, es decir, podrán asistir los padres con sus hijos, en la seguridad de que no sólo tendrán comodidades, sanos espectáculos, facilidades para movilizarse y estacionarse, disfrutar de servicios de refrescos y comidas ligeras, etc., sino que estará el público en un sitio distinguido, decente. Es muy importante, repito, que se sepa de qué se trata, porque no han faltado opiniones en contrario de personas que simplemente se imaginan un auto-cine como un centro de corrupción. Son especulaciones que no tienen razón de ser. Debo aclarar que no habrá molestias para los vecinos de estos teatros, pues operarán a base de parlantes instalados en los establecimientos que se destinarán a cada carro.

La obra se construyó sobre un área de 20.000 metros cuadrados y cuenta con una capacidad para ubicar 380 vehículos. El cine-auto es un cine aparcamiento situado al aire libre y al que pueden asistir, en cerrada intimidad de automóvil, a una proyección pública sobre una gran pantalla construida sobre una estructura metálica soportada por cinco torres de 19 metros de alto, fabricadas en ángulo, soportan una serie de vigas donde se efectuará la proyección, que el espectador contempla en condiciones hogareñas, esto es desde el interior del auto y en compañía de su familia, si así lo desea.

Cine Colombia con el fin de ofrecerle mayor comodidad al espectador tiene el proyecto de construir autocines en las principales ciudades del país.

Con este sistema los padres de familia acabarán con los múltiples problemas que acarrea hoy en día la asistencia a una sala de espectáculos, ya que cómodamente podrán asistir con toda la familia y en cualquier vestimenta, sin tener que abandonar el auto en que viajan. Aunque se ha especulado mucho con la creencia de que los autocines son sitios amorales, puedo asegurar al público que esto está descartado. Hace 15 años cuando este sistema alcanzó gran auge en Norteamérica, estos espectáculos al descubierto se prestaron para actos atentatorios a la moral, pero poco a poco fueron saneándose hasta convertirse en lo que dije antes, o sea un programa familiar y por ello se exhiben películas para toda la familia<sup>112</sup>.

<sup>112</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. El 13 de Junio se inaugura el autocine EL LIMONAR. Vol V, No. 49 (may. 1972) Medellín.

Según la publicación oficial de Cine Colombia, el proyecto se efectuó con las medidas técnicas que regían entonces la planeación, diseño y construcción de auto – cinemas en las principales capitales del mundo: antes de la elaboración de este proyecto, se observaron y estudiaron casos de las más destacadas ciudades de Europa, Estados Unidos y aún de ciudades como Caracas en donde a diferencia de Bogotá, una de las diversiones más publicitadas en los años sesenta y setenta fue precisamente la asistencia a autocines: Cineauto del Este (1960), Cinemóvil Tamanaco (1962), Auto Teatro Paraíso (1963), Cineauto Andrés Bello (1965), Autocine Los Ruices (1966), Autoteatro Valle Arriba (1966), Autocine Pisos del Este (1969), Autocine Los Cortijos (1970), Cinemóvil La Paz (1971), Cineauto La Boyera (1972), Cinemóvil Cafetal 1 y 2 (1974), Auto Teatro Paraíso (1981)<sup>13</sup>.

## UNICENTRO



Tomada de: Alberto Saldarriaga.  
Bogotá siglo XX: urbanismo,  
arquitectura y vida urbana , 2000.

## CINEMAS CHAPINERO



Archivo Personal, 2004.

En Bogotá sin embargo, solamente se tuvo dentro del casco urbano la experiencia del Autocine Los Héroes, que representó un intento por parte de un centro comercial con parqueaderos en su cubierta, de recibir ingresos adicionales, pero no existió un diseño y una intención original para tal fin, y es importante señalar que entre 1946 y 1970 la cifra de

<sup>13</sup> BARRIOS, Guillermo. *Inventario del olvido: la sala de cine y la transformación metropolitana de Caracas*. 1 ed. Caracas : Fundación Cinemateca Nacional, 1992. p. 122-135.



auto-cines en ciudades norteamericanas, pasó de casi 100 establecimientos a unos 5.000, apogeo en el cual más del 30% del recaudo en taquillas provenía de este tipo de establecimientos, por lo cual podemos afirmar que en Bogotá esta modalidad de proyección no sólo llegó muy tarde sino que además no tuvo un desarrollo significativo.

En 1976, con la inauguración de los Cinemas A y B en la ciudadela comercial de Unicentro, se da el primer paso hacia la tendencia que dominó en adelante la localización de las salas de cine en Bogotá buscando atraer la presencia de clientes de estrato alto y medio:

Cine Colombia en su afán de brindar las mejores condiciones al público para ver su espectáculo favorito, el cine, inauguró el pasado 28 de octubre dos modernas salas cinematográficas en la ciudadela comercial de Bogotá denominada Unicentro. En este ambiente los visitantes pasearán a salvo de las inclemencias del tiempo y podrán pasar el tiempo con el deleite visual de las mejores películas.... El público no solamente irá a los Cinemas de Cine Colombia en Unicentro sino que irá y se acostumbrará a ir porque este será el sitio de paseo y de reunión con absoluta tranquilidad debido a que ofrece elementos y personal para su seguridad y tiene a su disposición vastos espacios de estacionamiento vigilado de vehículos, con control de los mismos a la entrada y a la salida... Cine Colombia conciente de estos aspectos de la vida moderna, escogió a Unicentro para dotar a Bogotá de dos nuevas y modernas salas de cine, que completan la variedad de servicios del primer centro comercial del país<sup>114</sup>.

Y sobre la importancia de Unicentro en esta nueva época, nos parece importante citar parte de un análisis hecho por Silvia Arango:

Unicentro es la expresión de los hábitos de consumo de los propietarios de carros. Una persona acostumbrada a circular en automóvil desarrollará una forma específica de utilizar la ciudad e inclusive una percepción peculiar de lo urbano: las distancias serán menos importantes y se medirán a escala del automóvil, se privilegiarán ciertas vías como ejes ordenadores y como puntos de referencia, se evitarán sistemáticamente ciertos recorridos, etc.

En suma, configurará una imagen de la ciudad que diferirá mucho de la que pueda formar un ciudadano que es habitualmente un peatón y un usuario de bus<sup>115</sup>.

<sup>114</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. Cierras A y B en Unicentro. Vol IX, No. 85 (sf) Medellín.

<sup>115</sup> ARANGO, Silvia. A propósito de Unicentro: una perspectiva semiológica. En: CASTILLO, Carlos et al. Vida urbana y urbanismo. I ed. Bogotá: Instituto Colombiano de Cultura, 1977. p. 354.

Con pocas diferencias a lo sucedido en otros países latinoamericanos, las salas de cine en Bogotá presentaron los ciclos que el sector exhibidor en general sufrió durante estos años: los procesos ocurridos a los teatros durante estas dos décadas, reflejan la difícil situación que se vivió en el negocio, pues además de retornar al promedio de construcción de casi una sala por año de tres décadas atrás, la degradación física de las salas se hizo común.

El debate que se realizaba en torno a la exhibición cinematográfica, tenía su origen en los precios establecidos para las entradas a cine, ya que durante los años setenta, fueron considerados ruinosos por los empresarios, que veían este factor como una de las causas que incidía en el cierre de teatros de barrio, pues estimaban injusto que durante años no se hubiese aprobado un aumento significativo en los precios de las entradas de salas de perfil medio y bajo, mientras que la mayoría de estos establecimientos intentaban a muy altos costos, permanecer dotados con modernos equipos y silleterías confortables.

Para la casi totalidad de empresarios bogotanos que poseían alguna sala de cine, la clasificación que regía las salas no tenía ningún sentido puesto que los teatros, según ellos, debían ser finalmente clasificados por el público, así como por la calidad de las películas proyectadas y por supuesto, por los precios de la boleta, por la ubicación geográfica, por la condición locativa, y no por decretos o resoluciones; la clasificación vigente en poco cambiaba lo demostrado por los hechos, pues los teatros que un día aparecían como de primera categoría, al día siguiente podían dejar de serlo para convertirse en salas de segunda y de tercera categoría.

Incluso Cine Colombia que representaba el circuito de exhibición más poderoso, aceptaba que ante los “precios irrisorios” para las entradas de teatros, optó por demoler algunas de sus salas de barrio para destinar el terreno a la construcción de bloques de apartamentos y de locales comerciales, en una actitud que sin duda siguieron los pequeños propietarios que decidían abandonar el negocio.

Dentro de la argumentación expuesta para defender el derecho a la alza de los precios que permitiera la permanencia de muchos de estos teatros, el Gerente de Cine Colombia convenía:

En el último medio siglo de vida en Colombia, de acuerdo con las estadísticas divulgadas recientemente por un semanario bogotano, el precio de la boleta de cine ha sido revisado cincuenta veces, mientras que la libra de papa por ejemplo, se ha incrementado quinientas veces, la libra de azúcar cien, la libra de carne 280 veces, un vestido para hombre 258 y un carro Ford 1.340 veces. Si siguen estos precios políticos vamos a estallar!<sup>116</sup>

En este sentido, es importante señalar que a mediados de 1978, fue autorizado un incremento del 25% en las tarifas de ingreso a las salas de cine junto con el aumento en el sobreprecio por la exhibición de producciones colombianas: con la Resolución 2016 del Ministerio de Comunicaciones se impuso una clasificación para las salas de cine y se fijaron los precios de taquilla además de fijarse un sobreprecio diferencial a las producciones colombianas según fueran cortos o largometrajes.

Los cuatro primeros artículos de la resolución, establecían lo anterior, así:

**Artículo 1º.** Clasificar las salas de exhibición cinematográfica que operan en el país en las siguientes clases y categorías:

Clase A. – Las salas que presentan producciones cinematográficas de estreno en programación sencilla.

Categoría 1A.

Categoría 2A.

Clase B. – Las salas que presentan producciones cinematográficas en programación doble.

Categoría 1B.

Categoría 2B.

<sup>116</sup> PELÍCULAS Y EXHIBIDORES. *Exceso precios injustificables*. Vol IX, No. 85 (s.f) Medellín.

**Artículo 2º.** Las salas de exhibición cinematográfica de las categorías 3ª y 3B, quedarán clasificadas en las inmediatamente anteriores.

**Artículo 3º.** El Ministerio de Comunicaciones modificará la clasificación otorgada a una sala cinematográfica cuando compruebe variaciones en los factores que determinan dicha clasificación

**Artículo 4º.** Las tarifas máximas de admisión para las salas de exhibición cinematográfica que operan en el país de acuerdo con su clasificación serán las siguientes:

**Clase A.**

Categoría 1A. hasta \$25.

Categoría 2A. hasta \$22.

**Clase B.**

Categoría 1B. hasta \$15.

Categoría 2B. hasta \$11.

El valor máximo autorizado para las funciones matinales será:

**Clase A.**

Categoría 1A. hasta \$14.

Categoría 2A. hasta \$12.

**Clase B.**

Categoría 1B. hasta \$9.

Categoría 2B. hasta \$7.

En medio de este debate que planteaba de fondo la necesidad de liberar los precios de las entradas a criterio de los exhibidores, una de las principales tendencias impulsadas desde el sector público y por instituciones culturales a principios de los años ochenta, para no dejar decaer esta oferta cultural representada por el cine, consistió en la adecuación y remodelación de edificios -en ocasiones teatros- y otros de carácter cultural que contaban con pequeñas salas adecuadas para proyectar cine, estableciendo principalmente cine-



clubes que publicitaban ciclos de cine ~~arte~~, especialmente en el sector del centro cerca a las universidades.



Avisos en “EL TIEMPO”, 1985

La pequeña sala de cine club también se abrió espacio lentamente, mientras desaparecían los grandes teatros cuyas fachadas habían representado verdaderos hitos urbanos y en las principales centralidades en desarrollo surgían cinemas dúplex y salas que hacían parte de los centros comerciales de moda.

El auge de los cinemas en grandes superficies comerciales localizadas en centralidades de varios niveles y reconocidas a nivel metropolitano, contrasta con las escasas iniciativas por construir teatros de cine a la manera “antigua”, pues con los aun imponentes Astor Plaza, Royal Plaza y Cinelandia, los bogotanos conocieron los últimos ejemplos de esta tipología; y vale la pena recordar la idea expresada en aquella época por el propietario de un gran circuito de exhibición: “ más que tener una sala en medio de un centro comercial (...) queremos que nuestras salas sean un destino en sí mismas”.

Las tendencias demostraron una situación de involución de la actividad destinada a la exhibición de cine, puesto que si evaluamos el papel de las salas de cine desde su

influencia socializante y como elemento constructor de identidades, encontramos que esta fase es un largo período de transición durante el cual no sólo no aparece un número significativo de nuevas salas —es común encontrar que aquellas que aparecen como nuevas en cartelera, son salas antiguas con nombres diferentes—, sino que además desaparecen o son abandonadas un buen número de estas, mientras el ciudadano familiariza y prefiere definitivamente el concepto de cinema.

Sobre los patrones de consumo de servicios de recreación tradicionales, comienzan a influir —y por supuesto lo harán sobre el cine—, el tiempo de espera y la forma en que se debe esperar, las dificultades para estacionar vehículos y principalmente el aspecto de la seguridad convertidos en factores decisivos en la selección de salas por parte de los espectadores; el análisis de las tendencias en el diseño de las salas así como los criterios según los cuales los empresarios elegían un punto para localizar sus teatros durante esta época, deja al descubierto la preferencia por las centralidades comerciales de fácil acceso para las clases medias.

Los planos de las décadas correspondientes a 1970 y 1980, permiten apreciar con pocas excepciones, la manera como el negocio del cine se articula con las iniciativas de promotores de grandes superficies comerciales localizadas principalmente en cruces de ejes viales importantes y centralidades conformadas por grandes conjuntos de vivienda.

Además, los teatros centrales y de barrio adquirieron desde la década de los años sesentas un carácter marginal en tanto dependían de los productos y las condiciones impuestos por los distribuidores de películas, lo cual condujo a la mayoría de propietarios a asumir una posición “de no re-inversión” de las utilidades en el mejoramiento de las salas, dada la caída de sus utilidades en el negocio de exhibición.

El cine, asociado al viejo modelo de venta de entradas como fuente casi exclusiva de ingreso, perdió importancia e ingresos, entrando en el círculo vicioso de empobrecimiento caracterizado por menos clientes, caída de la rentabilidad, menos inversiones, menor calidad, menos clientes, y así sucesivamente.



La escasa concurrencia a las salas, condujo a los propietarios ansiosos de soluciones para repotenciar sus negocios, a introducir el cine porno, de terror y de artes marciales como tabla de salvación, aunque el recurso a este cine de géneros sólo marcaría el comienzo de una etapa terminal para muchas de estas salas.



Avisos en "EL TIEMPO", 1980 y 1985.

Archivo Personal, 2004

Mientras muchas salas de cine eran cerradas o modificadas para otros usos, la posesión de televisores y videocaseteras creció en forma acelerada, de manera que el cierre de salas y la caída de los recaudos en taquillas no significaba que se vieran menos películas, simplemente que ahora se podían ver en la casa: las salas de cine pasaron de ser el canal único de difusión de los productos cinematográficos a compartir su inmenso mercado con múltiples tecnologías (el Beta, las antenas parabólicas, la televisión por cable, la televisión satelital) en el marco de un mercado cada vez más competitivo.

En Bogotá, la renta de video ofreció desde su aparición un costo igual o menor que el de una entrada a cine, y si se tiene en cuenta que cada video podía ser usado por varias personas y en varias oportunidades, sumado al hecho de que la permanencia en la casa evitaba gastos complementarios y reducía riesgos propios de la creciente inseguridad urbana, se entiende porque desde su arribo esta alternativa se convirtió en la preferida por muchos hogares; la aparición de las video-tiendas fue un factor decisivo en el debilitamiento del modelo tradicional de exhibición, puesto que aquellos exhibidores que no estaban plenamente integrados a los circuitos distribuidores, tenían enormes dificultades a la hora de acceder a los títulos exitosos, y ahora los usuarios sí podían hacerlo con el video.

El golpe final dado a los pequeños propietarios de salas fue dado con la consolidación de monopolios cuyos propósitos se vieron fortalecidos con el Decreto 183 de 1988, por el cual se liberaron los precios de admisión a las salas: "Artículo I. Las tarifas de admisión a las salas de exhibiciones cinematográficas serán señaladas libremente por los exhibidores"<sup>117</sup>, y que tendría una profunda repercusión en el viraje que la oferta dio en los años siguientes al dirigirse exclusivamente a sectores de alto poder adquisitivo.

Con las salas de cine en centros comerciales como Granahorrar, Galerías, Tunal, Terraza Pasteur, Unisur, Bulevar Niza, Hacienda Santa Bárbara y Plaza de las Américas, que orientaban su oferta a estratos entre el 3 y el 6 en diversos puntos de Bogotá, la tendencia que ya había demostrado su eficacia comercial se consolidó en poco tiempo y preparó a un nuevo público que ahora asociaba el cine como una actividad más ofrecida en grandes superficies comerciales.

En esta misma década se construyeron grandes proyectos de vivienda que contaban con centros comerciales de dimensiones variables, pero que en general, o bien incluyeron en su diseño original dos salas de cine, o bien fueron incluidas mas adelante para mejorar el nivel de ventas de dichos centros, en tanto los estudios de mercadeo especializados comprobaron

<sup>117</sup> CASTELLANOS VALENZUELA, Gonzalo. Sistema legal de la industria cinematográfica en Colombia. I ed. Bogotá: Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica, 2000. p. 86.

que junto con los denominados almacenes ancla, la mejor estrategia para estos centros era permitir la inversión de los grandes circuitos que consolidaban sus inversiones en esta modalidad de salas.

## METROPOLIS



## PLAZA DE LAS AMERICAS



Tomadas de: Revista Habitar.

## 2.7 FASE VI: (1993-2005) UNA NUEVA ERA.

El espectáculo entendido en su totalidad, es a la vez resultado y proyecto del modo de producción existente. No es un complemento del mundo real, una decoración superpuesta a éste. Es la médula del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de entretenimientos, el espectáculo constituye el *modelo* actual de vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de elección ya hecha en la producción, y de su consumo que es su corolario. Forma y contenido del espectáculo son, idénticamente, la justificación total de las condiciones y fines del sistema vigente. El espectáculo es también la *presencia permanente* de la justificación, por cuanto ocupa la parte principal del tiempo vivido fuera de la producción moderna<sup>318</sup>.

El nuevo espacio público representado por los centros comerciales o malls, aunque no constituía una tendencia dominante aún, se consolidó progresivamente afirmando una

<sup>318</sup> DEBORD, Guy. La sociedad del espectáculo. 1 ed. Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 1974. p. 70.



cultura parecida a la de los “países ricos”, en donde los cinemas y posteriormente los multiplex de hasta veinticuatro pantallas vinculados a centros comerciales, desplazaron por diversos factores, a sus viejos y demacrados competidores: las salas tradicionales de cine.

La forma pública de consumir películas en las salas de cine, fue cada vez menos importante y debió transformarse no sólo tecnológicamente sino espacialmente, modificando su propio significado e imagen en la ciudad, para así poder competir con las formas privadas de exhibición.

Paralelamente a tendencias urbanas globales como la preferencia de los ciudadanos a comprar en Hipermercados localizados en vías e intersecciones estratégicas y muy concurridas, la descentralización de las actividades de ocio llevó a generalizar la construcción de salas de cine en grandes superficies comerciales.

Con la aparición de elegantes centros comerciales que ofrecían bajo un mismo techo más de tres pantallas de proyección además de servicios adicionales como plazoletas de comidas, estacionamientos y sobretodo la cercanía a otros tipos de actividades de ocio en medio de ambientes más seguros que los ofrecidos por las salas antiguas, los denominados multiplex llamaron rápidamente la atención de los habituales visitantes de las salas de cine, principalmente de estratos altos.

Si se pretende comprender el comportamiento que presentó la estructura tradicional de la exhibición cinematográfica frente a la competencia con nuevas estructuras de distribución de los productos audiovisuales, debe mirarse con detenimiento la transformación sufrida por el modelo tradicional de exhibición del cine: este modelo, que en su edad de oro se basó fundamentalmente en grandes salas dedicadas a estrenos en el centro de Bogotá, y pequeñas y medianas salas dedicadas a funciones de post-estrenos y/o funciones continuas en los barrios, perdió su público después de dos décadas –setentas y ochentas- ante la irrupción de la televisión, luego del video, y finalmente de las diversas modalidades de cable.

La desaparición de los viejos cines y la irrupción del modelo de multipantallas, fueron los ejes que estimularon fuertes inversiones en la construcción de grandes complejos comerciales por parte de importantes multinacionales y algunas empresas nacionales; bajo este nuevo modelo, la distribución cinematográfica en el ámbito de salas de cine comenzó a ser controlada por unas pocas cadenas o circuitos que monopolizaron la exhibición.

**TEATRO ATENAS**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO CONDOR**



El negocio de exhibición de cine a través de las salas, languideció lentamente hasta que a principios de la década de los noventa, apareció en Bogotá un nuevo modelo de exhibición cinematográfica basado en grandes edificios compuestos por varias salas pequeñas y dotados con amplios niveles de confort, visibilidad y alta calidad de imagen y sonido, en una época favorable para el negocio en vista de los cambios impulsados por las nuevas redes globales de negocios.

Múltiples salas de cine de tamaño reducido, localizadas en los centros comerciales y ajustadas a una amplia diversidad de la oferta para públicos cada vez más segmentados y con una demanda de calidad superior en términos de comodidad, sonido e imagen, dotadas de pantallas gigantes (wall to wall), aislamientos acústicos y sistemas de sonido especial ultra estéreos preparadas para proyectar películas con todas las modalidades de sonidos



digitales entre ellos el Digital Theatre System (DAS), el Dolby Digital y el SONY Dynamic Digital System (SDDS).

Este esquema comercial permitió además a exhibidores y distribuidores, racionalizar gastos y aumentar la rentabilidad del negocio a través de la centralización de actividades en complejos de multicines, con menores gastos de personal y un mejor control de las recaudaciones: las pequeñas salas múltiples, localizadas en amplios complejos o shopping, incrementaron la demanda y los ingresos, apoyadas en operaciones de marketing de gran envergadura y en la venta de otros productos en las salas de cine<sup>119</sup>.

La industria del cine está de cierta forma relacionada con el crecimiento y el nivel de la economía ya que siendo una industria dedicada fundamentalmente al entretenimiento, depende del porcentaje que las personas puedan disponer según su nivel de ingreso para satisfacer este rubro; principalmente por esto, las decisiones tomadas por estas empresas y su decisión de invertir en una ciudad como Bogotá, pasan por consideraciones basadas en estudios de consumo y tendencias que permiten establecer proyecciones.

El sector de cine en Colombia, medido según el número de espectadores anuales, se ha visto disminuido considerablemente en las últimas dos décadas, pues según un informe de FEDESARROLLO<sup>120</sup>, en 1983 aproximadamente 66 millones de personas asistieron a cine mientras que para 2002 los espectadores eran aproximadamente 15 millones.

Hasta 1988, año en el que se liberó el precio de la entrada a cine, la demanda de este tipo de recreación estaba concentrada en personas de los estratos 3 y 4 principalmente, pero a raíz de la liberación de precios y de la recesión económica de los noventa, los competidores locales se vieron obligados a buscar mayores márgenes por medio de nuevas estrategias de negocio cuyo principal ejemplo fue la construcción de centros de cine o Multiplex,

---

<sup>119</sup> A finales de los años ochenta, en Estados Unidos el 40% de la facturación de los cines no proviene de la taquilla, sino de la venta de productos alimenticios o del merchandising.

<sup>120</sup> FEDUSARROLLO. Impacto del Sector Cinematográfico sobre la Economía Colombiana: situación actual y perspectivas. Bogotá: Corporación Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica, 2000. p. 43.

mejorando calidad y servicio y dirigiéndose a un nuevo mercado que tenía mayor poder adquisitivo y resultaba menos sensible a cambios en los precios.

Otro factor que incidió en la disminución de la asistencia a cines fue la ya mencionada aparición de nuevas tecnologías para el hogar y la masificación de su uso lo cual condujo a una sustitución parcial del hábito de ir a cine: inicialmente los betamax, luego los vhs, los dvd's, los teatros caseros, y los servicios de pago por ver en la televisión satelital y por cable entre otros.

En el campo de la exhibición de películas cinematográficas, las tres grandes compañías que comparten más del 80% del mercado en Bogotá (Cine Colombia, Cinemark Y Procinál), manejan en conjunto, tres tipos de salas de cine:

- Salas de cine tradicionales.

Las salas antiguas que aún se conservan, están destinadas a la presentación de una película o en algunos casos dos, que rotan según la demanda que tengan; estas salas constituyeron hasta finales de la década de los ochenta la principal forma de exhibición y hoy en día están dirigidas a estratos 3 y 4 o hacen parte de circuitos de cine porno y rotativos.

- Salas de cine-bar.

Estas salas ubicadas en sectores exclusivos en zonas comerciales de estratos altos, ofrecen comodidades con las que no cuentan otro tipo de salas y usan como gancho la atención personalizada al cliente, con servicios de bar y comida.

El concepto de Cine Bar está dirigido exclusivamente a gente de estratos 5 y 6, (principalmente 6) y lo hace sobre la idea de cambiar la experiencia tradicional de ir a cine, ofreciendo la oportunidad al espectador de reunirse en la sala antes de observar la película para tomar un trago, comer o simplemente hablar de manera más cómoda que

en una sala de cine convencional, y en medio de un ambiente más exclusivo y reservado.

- Salas de Multiplex.

Estas salas con capacidades pequeñas en comparación a las salas tradicionales, rotan un gran número de películas en horarios continuos.

Las salas de Multiplex están dirigidas a personas de estratos 4, 5 y 6, ofreciendo la posibilidad de elegir entre varias películas en un mismo lugar, y es este el concepto sobre el cual se ha enfocado la competencia entre las tres grandes compañías que operan en Bogotá, puesto que estos estratos socio-económicos son los que aportan el mayor número de espectadores actualmente.

La elección por parte del usuario de la sala o pantalla y la frecuencia con la cual se retorna a la misma, depende principalmente de tres factores:

- Costo de la boleta y servicios adicionales ofrecidos tales como comidas, parqueadero y otras alternativas de recreación / diversión.
- Localización espacial, preferiblemente de cercanía de la sala con la vivienda o el trabajo y facilidad de acceso en transporte público o particular.
- Comodidad de las instalaciones y del sector en general donde se ubica la sala.

Se estima que el mercado nacional asciende en promedio a 18 millones de entradas anuales que dejan ingresos por unos \$80.000 millones al sector en general<sup>121</sup>, y que a pesar de los nuevos proyectos construidos, la demanda de espectadores solo ha venido repartiéndose de una manera relativamente proporcional entre las grandes compañías exhibidoras, lo cual ha generado una guerra de precios para las funciones entre semana y días festivos, quedando claro que el mercado sigue siendo potencialmente grande y habrá que esperar grandes

---

<sup>121</sup> Ibid., p. 48.

inversiones especialmente en la construcción de nuevos multiplex -los estándares internacionales hablan de una pantalla por cada 33.000 habitantes, mientras que en Colombia hay una por cada 120.000-.

## EGIPTO



Archivo Personal, 2004

## TEJO SAN REMO



## PUBLICIDAD ALMACEN DE ELECTRICOS CINELANDIA



Archivo Personal, 2004.

Un fenómeno muy interesante que puede apreciarse en numerosos barrios de Bogotá cuyas salas en mayor o menor medida han sido conservadas, o parte de ellas en algunos casos, tiene que ver con la significación que para los antiguos habitantes principalmente, tiene el nombre de la sala en relación con la memoria colectiva del sector y aun en muchos casos



los habitantes mas jóvenes sin saberlo tienen la referencia de dichos nombres en negocios que ocupan lo que queda de aquellas estructuras.

La década de 1990 vio desaparecer definitivamente los cines de barrio ante la definitiva redefinición del mercado, influyendo variables exógenas -ya mencionadas y que serán ampliadas en el capítulo siguiente-, tales como la introducción y relativamente rápida popularización de los medios recreativos domésticos que refuerzan de manera contundente la conducta introspectiva estimulada por el uso de la televisión, con lo cual el reino del receptor de televisión se extiende con alternativas como los video-reproductores y los videojuegos compitiendo por lo mismos clientes con las salas de cine: el número cada vez mayor de salas con capacidad para rotar hasta 15 películas en más de 40 funciones diarias, se han convertido en una competencia aplastante para las antiguas salas de cine.

Es importante señalar, como el comercio relacionado con el alquiler de videos además de tener un gran crecimiento en la década de los noventas, ha desarrollado desde entonces un tipo particular y emblemático de edificio que alberga la actividad monopolizada por dos firmas, la multinacional Blockbuster y la empresa colombiana Betatónio, y como la imagen de cada una de estas empresas ligada a los edificios característicos para la comercialización de las películas, se ha diseminado por Bogotá principalmente en sectores de comercio próximos a zonas de vivienda y sobre ejes viales importantes.

## **MALOKA**



Tomada de: S.C.A., Cien Años de Arquitectura en Colombia, 2000.



## **2.8 TRES TIPOLOGÍAS PARA CIEN AÑOS**

Vivimos el tiempo de los objetos: quiero decir que vivimos a su ritmo y según su continua sucesión. Hoy somos nosotros los que les vemos nacer, desarrollarse y morir, en tanto que, en todas las civilizaciones anteriores, eran los objetos, instrumentos o monumentos perennes, los que sobrevivían a las generaciones de hombres<sup>122</sup>.

Teniendo en cuenta la localización espacial en la época de construcción del teatro, la existencia de actividades complementarias en el mismo edificio, y la evolución de la sala en el tiempo, las clasificaciones dadas en el presente trabajo corresponden a la valoración de la sala como equipamiento según su ubicación en el plano, a las tipologías que se construyeron en Bogotá, y por último, a los estados actuales de las salas.

### **TIPOLOGÍAS:**

- **TIPOLOGIA No. 1**

Este primer grupo, comprende los edificios cuyo programa y diseño buscaban en su totalidad cumplir con la función de exhibir cine.

Los casos comprenden diferentes escalas de construcción y modalidades de implantación en los predios, más o menos similares.

- **TIPOLOGÍA No. 2**

En este grupo, los edificios incluían espacios destinados a actividades variadas tales como vivienda y oficinas, pero la sala era la actividad que se exteriorizaba y le daba la identidad al conjunto, bien fuera por el acceso claramente marcado o en muchos casos, resaltada con ayuda de los avisos.

---

<sup>122</sup>BAUDRILLARD, Jean. La sociedad de consumo. 1 ed. Barcelona: Plaza & Janes, 1974. p. 15.

- **TIPOLOGÍA No. 3**

En los casos que se incluyen en este grupo, las salas de cine forman parte de edificios que albergan múltiples usos, fundamentalmente comerciales, siendo elementos del sistema no identificables desde el exterior.

Incluye los casos de centros comerciales de cualquier escala con una o más pantallas y los multiplex construidos en centros comerciales o agregados posteriormente.

Aparece además el único caso de auto – cinema dentro del casco urbano, en el cual se intentó aprovechar las condiciones de un centro comercial ya construido.

- **TIPOLOGÍAS ADAPTADAS (T.A)**

Desde la llegada de la exhibición de cine en Bogotá y hasta los últimos años del siglo XX, fue una constante la utilización de otros tipos de edificios que brindaran ciertas facilidades para la prestación del servicio, por lo cual nos parece importante presentar algunos de los casos más relevantes.

### **LOCALIZACIÓN:**

- **SALA DE CENTRALIDAD**

A esta categoría pertenecen las salas cuya inserción en la estructura urbana se realizó en un sector caracterizado por su función como centralidad comercial o de servicios, o sobre ejes viales consolidados con este tipo de actividades.

Se incluyen además los casos de salas en centros comerciales y multiplex, aunque estos se localicen en zonas de vivienda (p.e. Unicentro, Metrópolis, San Rafael)

- **SALA DE BARRIO**

A esta categoría pertenecen las salas cuya inserción en la estructura urbana se realizó en sectores cuyo principal uso del suelo correspondía a vivienda.

### **ESTADO ACTUAL:**

#### **❖ DEMOLIDA.**

Destruída en su totalidad.

#### **❖ EN ACTIVIDAD.**

Salta vigente.

#### **❖ MODIFICADA PARA OTRO USO.**

Transformada y reciclada.

#### **❖ MODIFICADA EN ACTIVIDAD.**

Mejorada, ampliada o remodelada.

#### **❖ AGREGADA.**

Anexada posteriormente a una estructura comercial original.

#### **❖ ABANDONADA.**

Conserva vestigios totales o parciales de su actividad, pero no presta ningún servicio.

### **TIPOLOGIA No. 1.**

**SALÓN OLYMPIA. (No.1)**  
CENTRALIDAD / DEMOLIDA



Tomada de: Jorge Nieto & Diego Rojas,  
Tiempos del Olympia, 1992.

**TEATRO NARIÑO. (No.8)**  
BARRIO / DEMOLIDA-ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO CALDAS. (No.4)**  
CENTRALIDAD / DEMOLIDA



Tomada de: Sociedad de Mejoras y  
Omato de Bogotá, S.F.

**TEATRO FAENZA. (No.10)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO BOGOTÁ. (No.7)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO BOGOTÁ. (No.13)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.



**CINE REAL. (No.9)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ASTRAL. (No.16)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ROXI. (No. 11)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ATENAS. (No.20)**  
CENTRALIDAD / DEMOLIDA



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO SAN JORGE. (No.18)**  
CENTRALIDAD/ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO COLOMBIA. (No.25)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTROUSO



Archivo Personal, 2004.

**METRO TEUSAQUILLO. (No.21)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ODEÓN. (No.26)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO OLYMPIA. (No. 24)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO AVENIDA. (No.28)**  
BARRIO / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.



**TEATRO ALAMEDA. (No.29)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO●



Archivo Personal, 2004.

**T. SANTA BÁRBARA. (No.35)**  
BARRIO / ABANDONADA.



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO AMÉRICA. (No.31)**  
BARRIO / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO AYACUCHO. (No.36)**  
CENTRALIDAD/ MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ESPAÑA. (No. 33)**  
BARRIO / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO SUCRE. (No.37)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ROSARIO. (No.38)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



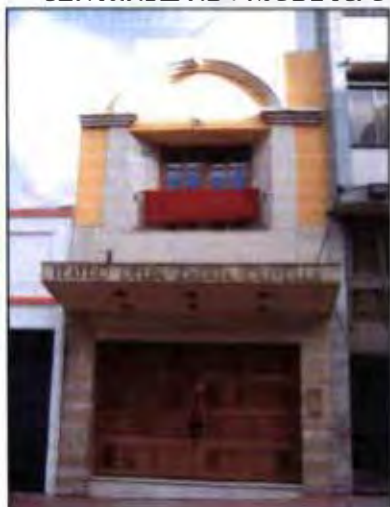
Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ALCAZAR. (No.39)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**CINE CAPITOL. (No.43)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO MOGADOR. (No.46)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO NURIA. (No.47)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO PALERMO. (No.48)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.



**TEATRO ROMA. (No.49)**  
BARRIO / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO SANTANDER. (No.50)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO CIELE. (No.53)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO.



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO EL DORADO. (No.54)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ESCORIAL. (No.55)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**T. MARÍA VICTORIA. (No.59)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO METROPOL. (No.62)**



**CENTRALIDAD / ABANDONADA**



Archivo Personal, 2004.



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO RIO. (No.63)**

**CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO CALIFORNIA. (No. 70)**

**CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO EGIPTO. (No. 71)**

**BARRIO / MODIFICADA OTRO USO**



Archivo Personal, 2004.

**TIRSO DE MOLINA. (No.67)**

**BARRIO / MODIFICADA OTRO USO**



Archivo Personal, 2004.

**TRANSLUX. (No.68)**

**CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO**

**TEATRO MARIA LUISA. (No.72)**

**BARRIO / ABANDONADA**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO OSKAR (No.73)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO SAN LUIS. (No.74)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO FAUSTO. (No.81)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO SAN CARLOS. (No.82)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**T. SEXTA AVENIDA. (No.87)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO PATRIA (No.88)**  
BARRIO / EN ACTIVIDAD





Archivo Personal, 2004.

**TEATRO LAS CRUCES. (No.89)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO CATALUÑA. (No.102)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO LIDO. (No.95)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO COPELIA. (No.97)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO

**TEATRO CÓNDOR (No.103)**  
BARRIO / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO MÉXICO. (No.104)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO CÁDIZ. (No.105)**  
BARRIO / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.



Tomada de: Carlos Martínez,  
Arquitectura en Colombia, 1963.

**TEATRO ELVIRA. (No.106)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**CINE LUCÍA. (No.109)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO CARIBE. (No.110)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO MIRAMAR. (No.112)**  
DE BARRIO / MODIFICADA OTRO USO





Archivo Personal, 2004.

**CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ÓPERA. (No.114)**

**CENTRALIDAD / MODIFIC. EN ACTIVIDAD.**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO CALYPSO. (No.120)**

**BARRIO / MODIFICADA OTRO USO**



Archivo Personal, 2004.

**PONCE DEL SUR. (No.116)**

**BARRIO / MODIFICADA OTRO USO**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO EZIO. (No.122)**

**BARRIO / ABANDONADA**



Archivo Personal, 2004.

**RADIOCITY. (No.118)**

**SCALA- CINERAMA (No.124)**



**CENTRALIDAD / DEMOLIDA /  
ABANDONADA**



Archivo Personal, 2004.

**T. LA CASTELLANA (No.125)**  
**BARRIO / MODIFICADA OTRO USO**



Tomada de: Revista Proa.

**CINE PRESIDENTE. (No.132)**  
**CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ADRIANA. (No.135)**

**BARRIO / MODIFICADA OTRO USO**



Archivo Personal, 2004.



Tomada de: INURBE, Medio Siglo de  
Vivienda Social en Colombia 1939 –  
1989, 1995.

**T. MINUTO DE DIOS. (No.136)**  
**BARRIO / EN ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO EMBAJADOR (No.128)**

**CENTRALIDAD / MODIFIC. EN ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**CINELANDIA. (No.140)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**ROYAL PLAZA. (No.144)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO.



Archivo Personal, 2004.

**ASTORPLAZA (No.148)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**T. SIMÓN BOLÍVAR (No.154)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

## **TIPOLOGIA No.2.**



**TEATRO ARIEL. (No.41)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**CINEMA EL PRADO. (No.76)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADA



Tomada de: Sociedad de Mejoras y Ornato de Bogotá, S.F.

**CINE COLISEO. (No.61)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO TREVI. (No.77)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**SANTA CECILIA (No.65)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO EL CID. (No.79)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.



**TEATRO AMERICANO. (No.80)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ATLAS. (No.91)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**T. TEQUENDAMA. (No.96)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO ARLEQUÍN. (No.100)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**CINELINCE. (No.90)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**T. LA CARRERA. (No.108)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO SUA. (No.127)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TETRO BACATÁ. (No.137)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADA



Archivo Personal, 2004.

**ICODES. (No.129)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO SAN REMO. (No.138)**  
BARRIO / DEMOLIDA Y MODIFICADA



Archivo Personal, 2004.

**METRO RIVIERA. (No.130)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO.



Archivo Personal, 2004.

**CINEMANÍA (No.177)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

### **TIPOLOGIA No.3.**



**CINE CHICÓ. (No. 111)**  
BARRIO / MODIFICADA OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**C. CINEMATOGRAFICO (No. 141)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADAS



Archivo Personal, 2004.

**LIBERTADOR (No. 115)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**CHAPINERO (No. 146)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TISQUESUSA. (No. 126)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO.



Archivo Personal, 2004.

**AUTO-CINEHÉROES. (No. 142)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO.



Archivo Personal, 2004.



**UNICENTRO (No.143)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**20 DE JULIO. (No.153)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**AVENIDA CHILE. (No.149)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TERRAZA PASTEUR. (No.157)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADA



Tomada de: Sociedad de Mejoras y  
Ornato de Bogotá, S.F.

**RICAURTE (No.150)**  
CENTRALIDAD / ABANDONADAS



Archivo Personal, 2004.

**GALERÍAS. (No.155)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TUNAL. (No.156)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD.



Tomada de: Revista Habitar.

**PLAZA LAS AMÉRICAS (No.161)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Tomada de: Revista Proa.

**BULEVARNIZA. (No.159)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**ANDINO. (No.162)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**HDA. SANTA BÁRBARA (No.160)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**ISERRA 100. (No.166)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**CENTRO SUBA. (No.163)**



**CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**PORTOALEGRE. (No.164)**  
**CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**CAFAM FLORESTA (No.178)**  
**CENTRALIDAD / AGREGADA / EN**  
**ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**METRÓPOLIS. (No.167)**  
**CENTRALIDAD / AGREGADA / EN**  
**ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**ATLANTIS. (No.175)**

**CEDRITOS. (No.179)**  
**CENTRALIDAD / AGREGADA / EN**  
**ACTIVIDAD**



Archivo Personal, 2004.

**PORTAL 80. (No.181)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**SAN RAFAEL. (No.182)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**PALATINO. (No.183)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.



## **TIPOLOGIAS ADAPTADAS ( T.A )**

**T. MUNICIPAL DE BOGOTÁ**  
CENTRALIDAD / DEMOLIDO



Tomada de: Fundación Misión Colombia, Historia de Bogotá, Tomo II / Siglo XX, 1988.

**TEATRO VARIEDADES.**  
CENTRALIDAD / DEMOLIDO



Tomada de: Jorge Nieto & Diego Rojas, Tiempos del Olympia, 1992.

**TEATRO ALHAMBRA (No.12)**  
CALLEJÓN EDIFICIO LÓPEZ.  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



Archivo Personal, 2004.

**EDIF. CÍRCULO DE OBREROS.**  
BARRIO / OTROS USOS



Tomada de: Fundación Misión Colombia, Historia de Bogotá, Tomo II / Siglo XX, 1988.

**TEATRO PARQUE NACIONAL.**  
CENTRALIDAD / OTROS USOS



Tomada de: Fundación Misión Colombia, Historia de Bogotá, Tomo II / Siglo XX, 1988.

**NEWS REEL ESTRELLA (No.42)**  
SÓTANOS DE LA AV. JIMÉNEZ.  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO.



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO UNIÓN. (No.75)**  
EDIF. COMUNAL LA PERSEVERANCIA  
BARRIO / OTROS USOS



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO EDÉN. (No.98)**  
BARRIO LA MERCED NORTE.  
BARRIO / OTROS USOS



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO LA COMEDIA. (No.85)**  
CENTRALIDAD / MODIFIC. OTRO USO



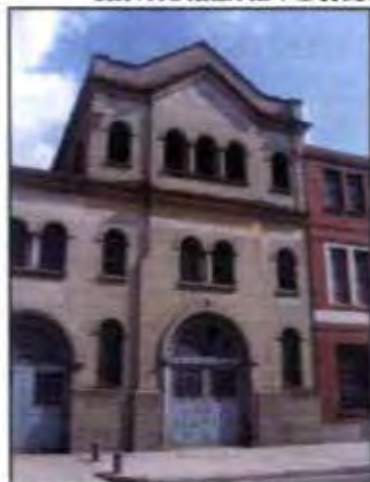
Archivo Personal, 2004.

**F. GILBERTO ALZATE (No.152)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**TEATRO LA HABANA. (No.93)**  
CENTRALIDAD / OTROS USOS



Archivo Personal, 2004.

**CINEMAT. DISTRITAL. (No.139)**  
TEATRO JORGE E. GAITÁN  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.



**SALA LOS ACEVEDO. (No. 145)**  
MUSEO DE ARTE MODERNO.  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Tomada de: Fundación Misión Colombia,  
Historia de Bogotá, Tomo II / Siglo XX,  
1988.

**CAMARÍN DEL CARMEN (No. 151)**  
CENTRALIDAD / OTROS USOS



Archivo Personal, 2004.

**C. C. MAGITINTO (No. 170)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**GÓTICA CINE-BAR. (No. 176)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**LUMIÈRE CINE-BAR. (No. 171)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.

**CINEMA PARAÍSO. (No. 173)**  
CENTRALIDAD / EN ACTIVIDAD



Archivo Personal, 2004.



### **3. SALAS DE CINE V.S NUEVAS TECNOLOGÍAS AUDIOVISUALES EN ÉPOCA DE GLOBALIZACIÓN**

#### **3.1 PANORAMA MUNDIAL DE SALAS Y ESPECTADORES**

Hasta hace pocos años la bibliografía sobre cine acostumbraba interpretar la progresiva desaparición de las salas de exhibición a nivel global como el producto final y lógico de la abierta competencia con otras tecnologías audiovisuales, especialmente la televisión y el video.

Y aunque sin duda esta rivalidad explica buena parte del fenómeno que se presentó, las conclusiones de este tipo no dan cuenta de ciertos procesos de recomposición de los mercados culturales que condujeron a que por ejemplo hoy se vean más películas que en cualquier época anterior gracias a que los medios electrónicos las llevan a casa.

Se han tratado de construir explicaciones más complejas y completas, en las que se consideran con la debida importancia las más recientes tecnologías de producción y los nuevos estilos de inversión y difusión en los diversos circuitos audiovisuales, así como los profundos cambios experimentados en las relaciones entre lo privado y lo público, los hábitos de consumo y los gustos de los espectadores.

La competencia directa entre el cine y la televisión, en su primera etapa, se produjo asociada a la dualidad de modalidades de acceso al consumo, a través del pago de la entrada individual, lo cual significa un financiamiento directo a través del mercado, por un lado, y de un pago indirecto a través del financiamiento publicitario por el otro.

En un segundo momento, la competencia se amplió a partir de la incorporación del video doméstico, y entonces el consumidor debía adquirir un aparato para acceder al consumo de dichos videos

Luego se introdujo, además del funcionamiento vía precio (cine) y vía publicidad (televisión abierta), el financiamiento vía abonos, que demostró rápidamente su eficiencia y tuvo costos muchísimo menores que la entrada a los cines.

## ❖ ESTADOS UNIDOS<sup>123</sup>

Los cambios presentados en la estructura del consumo de productos cinematográficos, presenciados en Latinoamérica y el Caribe, tuvieron antecedentes en los fenómenos ocurridos en Estados Unidos entre 1946 y 1971, cuando la asistencia semanal a las salas de cine se redujo de 80 millones de espectadores a 16 millones, la rentabilidad bajó de 1.506 millones de dólares a 904 millones en 1963, y la cantidad de películas producidas bajó de 378 en 1946 a sólo 143 en 1971.

Entre 1930 y 1950 el cine parecía haber fijado sus estándares, pero después de 1950, nuevas técnicas se impusieron y entre ellas el color, que ganó la partida desplazando el blanco y negro: para 1953, un tercio de la producción norteamericana, casi 100 películas, se producía a color y en adelante el auge del color se vería estimulado por el empleo de procedimientos de pantalla panorámica.

Entre los años de 1947 y 1953, a pesar de haber aumentado en 15 millones la población norteamericana, la clientela de las salas de cine disminuyó a casi la mitad de la asistencia de una década atrás: de los 4.680 millones de espectadores norteamericanos en 1947 se descendió a unos 2.470 millones para 1956, a pesar del crecimiento demográfico del país, y

---

<sup>123</sup> Los datos sobre U.S.A citados en este apartado, fueron extraídos de: AUGROS, Joel. El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos mercados. 1 ed. Barcelona : Paidós, 2000. p. 187-207.

al parecer, este significativo déficit en la demanda obedecía también a la moda de otras formas de esparcimiento como el camping, la discomanía, la motorización y sobre todo por la aparición de la televisión.

Mientras tanto, la televisión se consolidó no sólo como canal de exhibición, sino también como centro productor de programas: la convergencia de múltiples factores permitió que la cantidad de espectadores que observaban películas a través de la televisión llegara a superar el número de asistentes a salas cinematográficas.

Ante este panorama, que incluía además la desaparición de la poderosa RKO en 1957, las grandes compañías trataron de reaccionar bajo el slogan “¡Las películas son hoy mejores que nunca!”, mientras impulsaban las macropantallas.

El cine había alcanzado en Latinoamérica un predominio en el campo de las actividades de entretenimiento, paralelamente al rápido crecimiento urbano de los años cincuenta y sesenta, y es un hecho apoyado en estadísticas que en estas dos décadas se presencié el mayor número de películas estrenadas que en ninguna otra época, para los públicos más variados y sin la competencia amenazante aún de la televisión que entonces tenía una difusión mínima.

Debido a que a partir de los años sesenta se dió el boom inusitado de los malls o centros comerciales que modificaron el modo de vida de los consumidores y motivaron la inversión de los circuitos cinematográficos hacia estos nuevos centros, la primera multisala del mundo apareció por supuesto en Estados Unidos, en Kansas City en el año de 1963.

Por otro lado, en las capitales latinoamericanas y en las ciudades intermedias, el atractivo de la televisión creció en la década de 1970 de forma inversamente proporcional al atractivo que ejercían sobre los ciudadanos un número de salas cinematográficas mal equipadas y con escaso mantenimiento debido al bajo poder adquisitivo del espectador promedio.

Precisamente a finales de los años setenta, la empresa norteamericana de consultorías Arthur D. Little Inc. se atrevió a pronosticar la extinción a corto plazo de las salas de cine en los Estados Unidos, a causa quizás, del uso creciente y generalizado de la televisión por cable y el video doméstico.

Pero debido a movimientos financieros en el seno de la industria cinematográfica, no cesó el crecimiento del parque exhibidor y el número de pantallas aumentó en Estados Unidos un 78% entre 1970 y 1990: según un estudio de Thomas Guback de la Universidad de Pennsylvania, para 1986 el número de pantallas era aproximadamente el triple que las existentes en 1948, mientras que la asistencia promedio en 1986 era tres veces inferior a la misma fecha.

En este último aspecto, Estados Unidos representa la excepción mundial puesto que la asistencia se mantuvo relativamente estable desde principios de los años setenta hasta finales del siglo XX, en alrededor de 1.000 millones de entradas anuales, sin embargo esta relativa estabilidad oculta un lento proceso que ha llevado a que el rito de ir al cine haya disminuido pues hay que tener en cuenta que mientras la población norteamericana ha aumentado en un 35% desde los años 60, en ese mismo lapso no aumento significativamente el número de entradas.

Es importante señalar que hacia 1980, el recaudo en taquillas de las películas exhibidas en Estados Unidos representaba el 80% de las ganancias de esta industria, mientras que ya a mediados de los noventa las salas aportaban tan sólo un 25% ante el empuje del mercado de video.

Al comenzar los años ochenta, en la mayoría de los países latinoamericanos la asistencia de espectadores bajó en promedio un 50 %, y se estima que casi en igual proporción desaparecieron y fueron cerradas muchas salas mientras el video tenía una veloz difusión: a finales de la década de los ochenta, Brasil contaba con 7.5 millones de "videohogares", Argentina con 2.7 millones y México registraba el porcentaje más alto en el conjunto de la



población con un 34%, sólo superado por Uruguay, país en donde proporcionalmente al número de habitantes fueron cerradas más salas de cine.

Al iniciarse la venta masiva de videocaseteras a comienzos de los ochenta, los primeros compradores las usaron principalmente para grabar programas de la televisión, pero a partir de 1985, el surgimiento de videoclubes para renta de películas ofreció un nuevo modo de uso, dando la oportunidad de acceder al repertorio cinematográfico disponible: con una inversión pequeña, cualquier empresario rentaba un local o reservaba un espacio de su propia casa, compraba materiales en Estados Unidos o copias piratas fabricadas en México y ya tenía un negocio de video.

En los años ochenta las ciudades norteamericanas vieron surgir los *green fields* o complejos que ofrecían seis, ocho o más salas -además de boleras, restaurantes, discotecas y estacionamientos gigantes- a veinte o treinta kilómetros de los centros de ciudad, pero sin duda, la principal variante de esta tendencia ha evolucionado desde 1990, cuando los circuitos de salas decidieron implementar definitivamente la construcción de entertainment centers o complejos para el entretenimiento en donde en torno a las multisalas se agrupaban cafés y diversiones varias como videojuegos, minigolf y restaurantes de conocidas cadenas.

No hay que pasar por alto, las cifras que aparecen acerca de la penetración y difusión que tuvo otro de los grandes negocios entre los años sesenta y ochenta: según el *Motion Picture Almanac* y la revista *Variety*, en Estados Unidos existieron en 1970 unas 13.750 pantallas de las cuales 3.750 eran drive-inns o auto-cines; en 1980 eran unas 17.675 pantallas de las cuales 3504 eran auto-cines<sup>124</sup>; en 1990 ya habían en servicio unas 24.570 pantallas de las cuales 908 eran auto-cines y para 1993 se contabilizaban 25.737 pantallas en total, sin datos sobre los auto-cines que sin duda disminuyeron según la tendencia que ya se evidenciaba.

---

<sup>124</sup> Los auto-cinemas salieron de actividad en un corto período de tiempo principalmente porque su emplazamiento en las periferias de las ciudades fue amenazado rápidamente por los fenómenos de urbanización y los hizo objetivos de rentables operaciones inmobiliarias.

Y a pesar de las cifras ascendentes en cuanto a número de pantallas en Estados Unidos, el número de localidades descendió notablemente en los últimos 30 años del siglo, pues se estima que si en 1948 habían alrededor de 11'700.000 localidades, en 1982 ya habían sólo 5'120.000 llegando a unos 6 millones en 1986: para este fenómeno existe una explicación simple, y es que mientras el promedio de localidades con que contaba una sala de cine antes de 1950 era de aproximadamente 660, para 1987 ese promedio había descendido a 342 localidades

## ❖ CIUDAD DE MÉXICO<sup>125</sup>

En Ciudad de México la exhibición de películas comenzó a fines del siglo XIX y se extendió rápidamente a principios del siglo XX: en 1899 la ciudad contaba con veintidós "cines", que eran en realidad improvisados locales que mudaron temporalmente de sus usos originales.

La extraordinaria expansión territorial que produjo el crecimiento demográfico a partir de 1940 no fue acompañada por un incremento equivalente de los cines ni de otros equipamientos culturales tradicionales como teatros, salas de concierto, etc.

Así como en los años treinta la ciudad de México presenció la transformación de los antiguos teatros en salas de cines (teatros representativos como el Regis, el Olimpia, el María Guerrero, el Rex, el Goya, el Briceño, el Iris, el Politeama, entre otros) en los ochenta se observó la transformación de cines en estacionamientos, centros comerciales, auditorios, salones infantiles, bodegas e incluso grandes videoclubes.

Al finalizar la década de los ochenta, funcionaban en México 1913 salas de exhibición, pero ya en 1992 sólo permanecían en funcionamiento unas 1470, y gran parte de los cierres

<sup>125</sup> Los datos citados en este apartado, fueron extraídos de : OCHOA TINOCO, Cuauhtemoc. Evolución de las salas cinematográficas en la estructura urbana de la ciudad de México, 1982 – 1999. En: DUHAU, Emilio et al. Espacios metropolitanos 1 ed. México D.F : Universidad Autónoma Metropolitana, 2001. p. 155.

de salas correspondieron a propiedades de la cadena COTSA que decidió eliminarlas antes de su venta pasando de tener 273 en diciembre de 1991 a 155 en junio de 1992, casi la mitad en sólo seis meses.

En 1992 cerraron sus puertas alrededor de 187 salas en todo el país, de las cuales 60 correspondieron al D.F. y se comprobó que en las salas que permanecían abiertas al público, los equipos de proyección tenían incluso hasta sesenta años de uso y era evidente que un alto porcentaje de las salas no eran reparadas constantemente ni presentaban unas condiciones mínimas de higiene, factores que alejaban al potencial público que aún podían congregarse y justificaban la impresión generalizada del estado deplorable y malo de este tipo de equipamientos en donde llegó a ser común la inseguridad al interior de los mismos.

Adicionalmente, el déficit de estacionamientos para los visitantes a las salas, contribuyó a que los mexicanos ocuparan su tiempo libre en otro tipo de diversiones que les brindarían más facilidades para el acceso en vehículos privados.

Para 1994 según cálculos de IMCINE, de los 16 millones de hogares mexicanos, más de 13 millones contaban con televisión y más de 5 millones con videocasetera, y aún en pequeños pueblos campesinos y en zonas populares de grandes y medianas ciudades funcionaban videotiendas.

Hasta mediados de los ochenta las películas eran vistas en las salas de cine y en los canales de televisión, pero según una estadística de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, en 1984 antes de la irrupción de los videoclubes, las 180 salas de cine de la ciudad de México representaban el 80% de los centros de espectáculos públicos, mientras el 5.6% correspondía a deportes, el 4.8% a teatros y el 1.6% a corridas de toros; si se tiene en cuenta el número de espectadores de los diferentes entretenimientos, el cine ocupaba el 92.1%.

En las delegaciones con características de centralidades urbanas, se encontraban la mayor parte de las salas a finales de los años ochenta: la delegación Cuauhtémoc contaba con 49 salas, la Benito Juárez con 17 y la Gustavo A. Madero con 15, mientras que en la periferia escaseaban y muestra de ello es que en Azcapotzalco había tres, y en Iztacalco, Xochimilco y Milpa Alta no había ninguna.

#### ✦ PUERTO RICO<sup>126</sup>

De Puerto Rico existen datos muy recientes: desde 1978 y hasta principios de la década de los noventa se presentó un descenso en el número de salas, pasando de 175 salas en 1979 a 162 en 1984, 112 en 1987 y 91 en 1989, proceso que se invirtió en los últimos años pues ya para el año 2000 funcionaban 143 salas no tradicionales -de barrio o individuales-, sino salas modernas contenidas en nuevos multiplex además de las transformadas sobre estructuras preexistentes.

De las 143 salas existentes al finalizar el siglo, 36 funcionaban al interior de centros comerciales construidos durante los últimos veinte años en la capital y las ciudades intermedias, estando controlado este mercado en un 92% por tres cadenas principales que han difundido en la isla, el modelo del multiplex.

#### ❖ LIMA<sup>127</sup>

Hacia 1908 el espectáculo cinematográfico en Lima había dejado de ser itinerante para asentarse en salas, y debido a la consolidación de la Empresa de Teatros y Cinemas, los

<sup>126</sup> Los datos citados en este apartado, fueron extraídos de : GETINO, Octavio. Complementariedad y competencia en los mercados del cine y la televisión en el proceso de globalización. En : VV.AA. Cine y nuevas tecnologías audiovisuales: encuentro iberoamericano por los 100 años del cine. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial - Universidad de Lima, 1997. p. 105.

<sup>127</sup> Los datos citados en este apartado, fueron extraídos de : PROTZEL, Javier. Gran público y cinefilia: gustos, preferencias y subjetividades. En : VV.AA. Cine y nuevas tecnologías audiovisuales: encuentro



públicos de la capital y de sitios alejados como Huamanga, Sicuani o Pacasmayo ya tenían acceso a producciones italianas, francesas y escandinavas.

En 1932, ya funcionaban en Lima unas 35 salas, llegando a 66 en 1939 y a 81 en 1942, año que se aproxima al periodo récord de asistencia pues se pasó de 12'141.742 espectadores en 1939 a 28'144.941 en 1942 para un promedio de cuarenta funciones por habitante al año.

Las cifras revelan la integración del cine a la vida urbana durante la principal época de su expansión, por cuanto la sala de exhibición, de barrio o de estreno ocupaba definitivamente un lugar predilecto dentro de los rituales sociales.

Con el aumento de las salas fuera del centro, para mediados de los sesenta, en Lima funcionaban más de 120 aunque con una asistencia promedio relativamente más baja que en la década anterior, pues pese al aumento de la boletería vendida, ésta no se equiparó con la oferta de sillas. Para la década de 1970 se estancó la construcción de salas a pesar del rápido crecimiento demográfico, iniciándose el rápido proceso de deterioro de las salas existentes a la par con un repliegue común de los antiguos espectadores de cine hacia el espacio privado del hogar a causa de la difusión del fenómeno televisivo y posteriormente del videocassete.

Según la Corporación Nacional de Exhibidores Cinematográficos de Perú, la oferta total de sillas en salas de cine llegaba a 127.000 en 1970, disminuyendo a 98.000 en 1980 y a 43.000 en 1993, cifras altamente contrastantes con el aumento poblacional de una ciudad que entre 1970 y 1993 pasó de poco menos de tres millones de habitantes a casi seis y medio: se pasó de una silla por cada 23 habitantes a una por cada 150.

El caso de Perú es representativo de lo ocurrido en la mayoría de los países latinoamericanos, puesto que el cierre de salas no reflejaba una falta de interés del público por los largometrajes. Los canales de televisión habían pasado de transmitir unos 29

largometrajes semanales en 1981 a 56 en 1991 y a 66 en 1995, esto sin contar la variada y amplia oferta del servicio de televisión por cable que en 1995 ya cubría a unos 40.000 hogares y aunque el video alquilado se convirtió en alternativa a las salas, en el caso peruano el comportamiento de esta franja funcionó más con carácter complementario que antagónico.

## ❖ LA HABANA<sup>128</sup>

En Cuba, en el Hotel Telégrafo de La Habana, se realizó en 1898 la primera proyección y medio siglo después, hacia 1959, este atractivo centro turístico ya contaba con unos 135 cines para un aproximado de 400 salas a lo largo de la isla.

Ni siquiera la presencia de siete canales en la primera etapa de la televisión logró hacerle sombra a la fuerte competencia del Cinemascope con su amplia pantalla, pues por lo barato, cómodo y por el amplio espectro de opciones de la época, el ciudadano se sentía complacido en las concurridas salas: filmes de terror, ficción, amor, guerra o policíacos se proyectaban simultáneos en un verdadero carnaval de géneros que llenaba día a día los asientos de los grandes circuitos habaneros.

Luego, con la revolución vino la paradoja, pues entre reformas y contrarreformas se efectuó la intervención de los cines de dueños capitalistas que pasaron a manos del Estado, y entonces, el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) se convirtió en el propietario y administrador estatal del sistema exhibidor en su totalidad, incluyendo autocines.

El aparato de censura prohibió las películas norteamericanas en su totalidad y en su lugar se programaron películas soviéticas, algunas checas y españolas, generalmente una cada tres días, liquidando el antiguo sistema de dos filmes diarios pues se pretendía no "aburrir" al espectador.

---

<sup>128</sup> Los datos citados en este apartado, fueron extraídos de : [www.elveraz.com/articulo65.htm](http://www.elveraz.com/articulo65.htm)

La escasez de películas para proyectar que sobrevino, una vez desapareció la oferta gringa cuando las prestigiosas compañías norteamericanas establecidas, nueve en total -entre las que estaban: Columbia, Warner Bros, M.G.M y Twenty Century Fox- abandonaron la isla, abonó el camino para el cierre esporádico e intermitente de las salas.

La repetición indiscriminada de filmes socialistas durante casi veinte años alejó al espectador de las salas pues muy rara vez llegaba alguna película taquillera, española o alguna francesa, mientras en bóvedas empolvadas se ocultaban celosamente kilómetros de cintas norteamericanas prohibidas, miles de copias y equipos de proyectores Century o Warner desmantelados de los cines habaneros.

Desde 1978 y con la presión ejercida por la comunidad cubana del exilio se levantó una parte del oscuro telón que prohibía películas producidas con más de 20 millones de dólares, y bajo estrictos controles se permitió la proyección de filmes europeos y norteamericanos aunque el plato fuerte no dejó de ser la producción cinematográfica soviética.

La inapetencia e indiferencia del público se hizo cada vez más evidente pues se sentía la férrea coacción ejercida sobre uno de los principales vehículos modernos de difusión de ideas, manejado por mucho tiempo según el capricho de unos pocos.

El bombardeo al espectador con viejas películas cargadas de mensajes políticos e ideológicos y poco de diversión, convirtió esa gran cantidad de "palacios de sueños" en habitáculos desérticos donde se exponían viejas y malas películas, y en medio de este ambiente se llega al fin de siglo: de sala en sala, el sistema exhibidor se derrumbó ante el largo abandono estatal.

Así como una tercera parte de los 135 cines desapareció tras el triunfo de la revolución, otra tercera parte lo hizo durante la siguiente década, entre ellos los autocines existentes, símbolos del capitalismo que se quería expulsar.

Al iniciar el presente siglo, en la capital hay más cines cerrados (27) o destruidos (19) que los que permanecen abiertos (15) y municipios como Centro Habana, Habana Vieja y Cerro son los más afectados con estos cierres.

La realidad de las exclusivas salas de antaño no difiere de lo que ocurre en las otras capitales latinoamericanas: el Infanta se incendió, el Astral y el Fausto fueron transformados en teatro, el Rialto es una tienda de equipos de audio, el Majestic es un almacén, el Rex y el Dúplex están hundidos en aguas albañales, el cine Reina sirve como teatro español, el Capitolio es un almacén de construcción, el Campoamor un parqueo de bicicletas, el Regil fue basurero y luego almacén automotor, el Cerro Garden un taller de mecánica, el Shanghai es parqueadero en un extremo y pescadería en el otro.

## ❖ CARACAS<sup>129</sup>

Que se acabe la leche en polvo, la harina de trigo yanqui, hasta los cauchos y las tripas pero, que no llegue nunca un alevé aeroplano nipón a destruir a Hollywood.

*El Universal*, 1° de febrero de 1942<sup>130</sup>

En la segunda y tercera década del siglo XX, la infraestructura teatral de la ciudad, sirvió para alojar el espectáculo cinematográfico, en edificaciones de diversa jerarquía que desde 1909 -año en que según la prensa local se hacen las primeras proyecciones- compartieron estas funciones con sus tradicionales números de variedades.

Con el Teatro Princesa construido en 1917 surgió la sala moderna de cine que sustituyó definitivamente las protoformas que hasta entonces habían aparecido y la tendencia a usar otras tipologías.

Después del Primer Plan Maestro, de 1939, la acción del Estado sobre Caracas se extiende a sectores como la vivienda y los equipamientos, pero fueron principalmente los grandes

<sup>129</sup> Los datos citados en este apartado, fueron extraídos de : [www.otrocampo.com](http://www.otrocampo.com)

<sup>130</sup> SUEIRO VILLANUEVA, Yolanda Escaramuzas cinematográficas : primeras salas de cine en Caracas, 1896– 1920. Ed.: Revista Otro Campo.



proyectos viales los que impactaron los patrones de crecimiento urbanos y produjeron la expansión del casco urbano hacia las periferias.

La modernización del espacio urbano de Caracas se enmarca en los veinte años siguientes al Primer Plan, y es como en el caso de las mayoría de capitales latinoamericanas, el tiempo en el cual la población se adapta a nuevas formas de vida y se crean fuertes contrastes en un proceso que a diferencia de ciudades como Bogota, si contó con migraciones externas e internas.

Entre 1940 y 1957 se consolido un sistema de equipamientos de salas de cine de manera multidireccional, es decir, que irrigaba las comunidad locales (parroquia y barrio) y que además se asentaba en la periferia no definida : en una ciudad de incipiente infraestructura que limita las posibilidades de movilización de las clases que mas demandan el espectáculo cinematográfico, se consolida la construcción de salas de cine locales o de barrio; a finales de los cuarenta ya se había introducido la modalidad del *Drive-In* o autocine y cuya construcción seria baja pero constante hasta la década de los ochenta.

Con la difusión de centros comerciales que se presento en la ciudad entre 1978 y 1983, se consolido la tendencia a construir salas en este tipo de edificios, en un movimiento que además se replegó de nuevo hacia el centro urbano tradicional, en un momento en que lo cines de barrio habían cedido, o bien cerrándose o bien modificando su oferta, en vista de la redefinición que los circuitos habían introducido en el mercado.

Para 1992, año en que se realizo un primer estudio acerca del estado de las salas de cine en Caracas, se contabilizaban aproximadamente 160 salas construidas a lo largo del siglo, pero en el balance general, se constataba que aproximadamente un 30% del total había sido demolido y que casi otro 30% había sufrido drásticas transformaciones que incluían la subdivisión en salas mas pequeñas para múltiples usos y el achicamiento con o sin proyecto de arquitectura.

## ❖ EUROPA<sup>131</sup>

Sorpresivamente, la asistencia a cine de los ciudadanos pertenecientes a la Unión Europea se disparó en los años noventa del siglo XX, acercándose a las cifras alcanzadas en el periodo de reconstrucción tras la Segunda Guerra Mundial: el crecimiento continuo que la asistencia a las salas de cine experimentó en la mayor parte de los países europeos en la segunda posguerra, alcanzó su punto máximo en los años cincuenta, pues en aquella época los cines exhibían noticieros y películas de ficción, combinación que atraía gran variedad de público, ya que además las actividades de ocio eran escasas y menos interesantes.

Es un hecho que durante los años ochenta, se presentó un aumento general y significativo del gasto en ocio y en actividades de este tipo, y una de las principales razones para ello fue sin duda la modernización de las salas existentes y la construcción en gran escala de grandes multicines (complejos con ocho o más pantallas) : en 1998 por ejemplo, el grupo belga Kinepolis abrió en Madrid el cine más grande del mundo, con 25 pantallas y 9 200 plazas.

En los años noventa se produjo una tendencia al cierre de salas tradicionales ya que se construían grandes proyectos inmobiliarios que incluían multicines con ocho o más pantallas, y a pesar de esto, mientras en la U.E la media de pantallas por sala era de 2,2 es decir casi 23.000 pantallas en total, en U.S.A el promedio era de 3,7 pantallas por sala es decir unas 34.000 pantallas.

En los Estados Unidos el promedio de crecimiento en cuanto a construcción de pantallas aumentó un 44% por ciento entre 1990 y 1998, mientras que en la U.E el incremento, aunque significativo sólo llegó al 21%.

---

<sup>131</sup> Los datos citados en este apartado, fueron extraídos de: [www.fuentesestadisticas.com](http://www.fuentesestadisticas.com)

Se calcula que en 2001 existían algo más de 10.000 salas de cine en la UE, cifra un poco superior a la de U.S.A, sin embargo, si se estudia el número de salas por cada 100.000 habitantes, la densidad es superior en U.S.A con 3,5 salas por cada 100.000 habitantes contra 2,8 salas por 100.000 habitantes en la UE.

En este aspecto, la densidad más elevada se registraba en Suecia e Islandia, cada una con más de 9 salas por cada 100.000 habitantes, mientras que en Reino Unido, Países Bajos y Bélgica la densidad osciló entre 1,2 y 1,3 del mismo indicador.

En 2001, en Luxemburgo, Reino Unido y Bélgica, más de dos quintas partes de las salas contaban con más de ocho pantallas; en Irlanda, España y Austria, al menos una quinta parte de estas son multicines y por otro lado, en países como Grecia e Italia los cines con una única pantalla se llevaban aún buena parte del mercado con entre el 84 % y 74 %, respectivamente.

Según algunos estudios sobre este tema, existe una relación muy estrecha entre los índices de concurrencia a las salas de cine y los niveles de desarrollo industrial de un país; a mayor industrialización, menor concurrencia y viceversa, conclusión supuestamente verificada en la mayor parte del mundo y que explica en parte la situación de los países latinoamericanos en relación con las regiones más industrializadas.

### **3.2 LA EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS EN EL ESPACIO PRIVADO**

La cobertura que rápidamente alcanzó la televisión abierta, su producción masiva a precios decrecientes en términos relativos y su gratuidad como servicio al basarse en el mecanismo indirecto de financiamiento de la publicidad, fueron factores que contribuyeron a establecer este servicio como una fuerte competencia en el sector de la industria audiovisual y

específicamente en el subsector de distribución, presionando la estrepitosa caída de la asistencia a las salas cinematográficas así como el descenso de la rentabilidad de este sector, y por consiguiente el número de películas producidas para el cine.

La competencia entre la televisión y el cine a lo largo de los años cincuenta y sesenta, no fue solamente entre dos tecnologías de exhibición audiovisual, dos niveles de calidad de los productos, o dos formas de acceso diferenciadas sino también la confrontación entre dos lógicas económicas diferentes.

La que podríamos denominar tradicional sobre el modelo de compra y venta de un servicio, corresponde al negocio de la exhibición en salas de cine, y ante esta surgía, la nueva forma, más moderna, basada en pagos indirectos según la cual el consumo de productos audiovisuales a través de la televisión requiere una inversión ex-ante en la compra de un aparato, por única vez por parte del consumidor, el cual puede recurrir al servicio posteriormente la adquisición de forma gratuita y directa, puesto que la industria de la televisión se financia a través del sistema de costos indirectos que implica la publicidad.

Posteriormente, el sistema por cable como nuevo competidor a través del sistema de abono, no implicó para el consumidor costos adicionales de adquisición de equipamiento (videocaseteras) y costos de traslado (ir a buscar y devolver los videos) permitiendo además una aceptable variedad aunque menor que con el sistema anterior, acompañada de una mayor eficacia en términos del servicio, la calidad, los horarios, las formas de pago y la información de los productos brindados; su ingreso de la mano de las nuevas tecnologías de la televisión satelital, nuevos grupos multimedia y nuevos inversores, significó un nuevo y vigoroso competidor en los respectivos mercados audiovisuales nacionales.

Es el sobrecosto en los precios de los bienes lo que permite la existencia de consumidores televisivos, que acceden al disfrute del servicio sin un sacrificio directo de sus rentas: se socializan los costos y se estratifican o segmentan en aquellos sectores que consumen los productos publicitados.



Esta distribución de los costos entre consumidores y no consumidores, propia del modelo americano de televisión comercial, redujo sustancialmente, más allá de los niveles de calidad diferenciados, el costo unitario del acceso al consumo de los productos audiovisuales de la televisión.

El primer magnetoscopio fue creado por Ampex en 1956 pero su importanciase dio en el negocio de la televisión pues a pesar de la dificultad que representaba transcribir las imágenes de video y de los costos que implicaba, fue muy útil en esos años para los profesionales del medio.

Hacia 1967, fueron presentados en el mercado norteamericano el EVR (Electro Video Recording) y otros aparatos que aunque no abrieron definitivamente un mercado dirigido al gran público si generaron una expansión de esos sistemas dentro de un mercado institucional principalmente con fines educativos, en universidades, escuelas y para capacitación y otras actividades en grandes empresas.

La industria japonesa introdujo sus magnetoscopios a mediados de los setenta cuando el Betamax de Sony en 1976 y el VHS (Video Home System) de Matsushita en 1977 aparecieron con gran fuerza, además del V 2000 de Phillips, provocando incluso que Universal y Disney demandaran a Sony por infracciones sobre la ley que rige los derechos de reproducción, aunque finalmente en 1984 el Tribunal Supremo falló a favor de los japoneses declarando legal la técnica, mientras de todas maneras el mercado del Betamax ya había crecido espectacularmente a nivel mundial.

Con el desarrollo del mercado del video y del mercado del cable arribó una nueva competencia no basada ni en el precio, ni en la publicidad, sino en el pago de un abono mensual, con lo cual se completaba el escenario para la abierta competencia entre cuatro tipos diferenciados de accesos a los productos cinematográficos :

- El cine, mediante la venta de entradas.

- La televisión abierta, mediante un sistema de pago indirecto a través de la publicidad.
- El cable, a través del abono mensual.
- El video, mediante el sistema de abono, cuota mensual o pago por uso individual.

Los consumidores de productos audiovisuales tuvieron ante sí alternativas de precios para accesos diferenciados, y la opción preferida fue el video hogareño para consumidores propensos a los bienes, y posteriormente, el abono a los diversos sistemas de cable.

Las nuevas modalidades de acceso a los productos audiovisuales a través del cable permitieron una diversificación de la oferta sin que esa variedad afectara sustancialmente la estructura de los costos, con lo cual se podría cubrir una demanda cada vez más segmentada.

Adicionalmente, los nuevos productos permitieron ajustarse a la tendencia de la individualización del consumo y a la realización de éste dentro de los hogares: los nuevos productos pudieron competir eficazmente con la televisión abierta, pero al mismo tiempo le dieron una estocada final al mercado cinematográfico que se materializó en una nueva crisis en la asistencia a las salas de cine.

Entre su aparición y los primeros años de la década de los ochenta, el formato VHS se impuso principalmente por su mayor capacidad de grabación y a pesar de tener menor calidad de imagen que los otros, pues para 1986 ya el 90% de los hogares norteamericanos contaban con equipos de este formato y solo un 18% de las video-tiendas alquilaban en formato de Betamax, y para 1990 esta cifra era de solo un 8.9%.

Cuando el fallo del Tribunal se produjo, la tasa de equipamiento con magnetoscopios era del 10% en Estados Unidos -unos diez millones-, del 33% en Japón -unos nueve millones-, del 7% en Francia -aproximadamente millón trescientos-, del 20% en Gran Bretaña -unos seis millones- y del 15% en la Republica Federal de Alemania -unos cuatro millones-.

Con el crecimiento de la oferta también creció rápidamente la demanda, y así, a principios de los años noventa el 70% de los hogares norteamericanos estaban equipados con videograbadoras —en menos de una década se pasó de seis millones de unidades a cincuenta y nueve millones—, y lo mismo sucedía con el 25% de los hogares en Francia, el 40% de los hogares en la República Federal de Alemania y el 79% de los hogares en Japón.

Cuando la masificación de las tecnologías de video alcanzó a los consumidores a través del sistema de alquiler de películas, estos ya tenían ante sí una estructura de precios donde el acceso a través de los cines no sólo era relativamente caro sino que además representaba una oferta de baja calidad y muy poco diferenciada.

El público quería diversificación en un contexto donde ni el cine costoso, ni la televisión cargada de excesos publicitarios se lo brindaban, razón por la cual el consumidor optó por el consumo de videos, y de televisión por cable después puesto que el sistema de precios de este último basado en abonos, generó incentivos en el consumo golpeando a la televisión abierta comercial muy saturada publicitariamente.

La expansión del mercado de videos domésticos fue muy rápida en los países latinoamericanos, y se dio de una manera muy particular, a través de pequeños empresarios que pudieron ofrecer el servicio ajustándose con gran flexibilidad a la demanda, dados los bajos costos de ingreso al mercado en aquellas primeras épocas.

Sin embargo, el sistema de comercialización altamente competitivo condujo a una dispersión muy fuerte a nivel de las áreas de cobertura, lo cual no permitió mantener altos niveles de variedad en las ofertas, pues las pequeñas tiendas de video no tenían suficientes clientes y por ende no generaban un nivel de rentabilidad que les permitiera ofrecer la diferenciación y rotación de productos que esperaban los clientes.

Si bien existieron intentos por adelantar procesos de concentración, de utilización de redes de intercambio e información de productos audiovisuales, e incluso de desarrollo de piratería, estos no fueron suficientes para cubrir las necesidades de la demanda y se inició

entonces, un proceso de agotamiento de esta modalidad de distribución en la medida en que los consumidores optaron muy rápidamente por la nueva competencia que significó el sistema de televisión por abonados.

La expansión del video cumplió su función al educar la demanda, que pasó a exigir mayores niveles de diversidad en la oferta, calidad de copia y mostró que ella estaba dispuesta a sacrificar parte de sus rentas para acceder a los productos cinematográficos.

Esta expansión mostró igualmente la facilidad con la cual este mercado se estructuraba en pocos años, así como los límites y desafíos que tenían la televisión abierta y las salas de cine, los cuales se vieron afectados al perder público.

La pérdida de clientes por parte de los cines obligó a aquellos que se mantuvieron en el mercado a aumentar los precios, en un contexto donde el mercado ya estaba mostrando claramente su disposición a pagar sobrecostos asociados a calidad y variedad, pero por otra parte, la tendencia al alza del precio de las entradas condujo a una segmentación de la demanda tanto social como económica y por supuesto espacial, en términos del acceso a las salas dejando de ser un espectáculo de entretenimiento de los sectores populares como lo fue en sus inicios, para consolidarse como recintos reservados a sectores de mayores niveles de ingreso.

Desde principios de los ochenta, en Latinoamérica, el proceso de masificación de la televisión por abonados contribuyó decididamente a la total desaparición de las salas cinematográficas y golpeó fuertemente el negocio de las tiendas de video de tipo barrial.

El mercado de accesos a productos audiovisuales a través del sistema de la televisión por abonados afectó muy rápidamente la estructura de distribución de las tiendas de video de alta demanda barrial y la estructura basada en pequeños comercios que comenzaron a desaparecer.



Casi al tiempo dicho mercado creció en un rápido proceso de cableado y se estructuró con muy altas inversiones de capital, alta densidad tecnológica, alta concentración monopólica y elevados niveles de rentabilidad.

El financiamiento a través del abono con una demanda masiva, la utilización aunque aún reducida de un financiamiento publicitario, la integración con la televisión abierta y la existencia de acuerdos de cableado conjunto entre los operadores, permitieron niveles de escala altamente eficientes.

Las ciudades en donde más incidió el desarrollo de la televisión y las nuevas tecnologías - principalmente el video y la televisión por cable-, fueron aquellas donde se experimentaron procesos acelerados de crecimiento urbano, acompañados de oportunidades de ingresos en sectores medios o altos de la población, como sucedió en Brasil, Venezuela y México, mientras en otras ciudades como en el caso de las principales ciudades de Colombia que también vieron gravemente reducida la concurrencia a las salas, las causas relevantes incluían sólo parcialmente el impacto de las nuevas tecnologías para el hogar.

#### 4. CONCLUSIONES

La difusión de una nueva técnica como lo fue el cine en las primeras tres décadas del siglo pasado, y su evolución en el espacio urbano paralela con el desarrollo de nuevos medios de transporte y comunicaciones y a la generalizada práctica de nuevas actividades urbanas de masas, estimuló su rápido reconocimiento como necesidad cultural y su función social como actividad de ocio.

Debido a la aparición de nuevas realidades económicas, políticas y sociales dentro de una sociedad que apenas intentaba organizarse para definir y organizar las actividades en su espacio vital, Bogotá creció en medio del afán de muchos por que esta dejara de ser una aldea para ofrecer las comodidades propias de las grandes urbes.

La sala de cine, analizada en este trabajo como equipamiento que nace con los intentos por modernizar a la ciudad, aparece reseñada desde sus orígenes hasta el momento en que como producto de la evolución del sector que se lucra de tal actividad, aparecieron las tipologías cuyas formas y programas arquitectónicos se establecieron de forma permanente dentro de la estructura urbana.

En Bogotá, las salas de cine como equipamientos colectivos de la ciudad moderna que se expande en su territorio, se convirtieron rápidamente en puntos de referencia fundamentales de la ciudad “ensanchada”, inclusive hasta el momento de la formación del Distrito Capital en la década de los cincuenta.

Las salas de cine como principales lugares de socialización, actuaron como factor modernizador tanto a nivel físico por su significado como elementos urbanos, como a nivel cultural por cuanto su importancia como vehículo de difusión de ideas las convirtió en elementos que comunicaban a la gran mayoría de bogotanos que tenían acceso a ellas, las

noticias y modas que contribuirían a cambiar las tradiciones y costumbres propias de esta pequeña y aislada ciudad de principios de siglo.

Los procesos de inserción de equipamientos en Bogotá, y las dinámicas que condicionaron la localización de los diferentes tipos de estos, determinaron de manera espontánea principalmente, y posteriormente de manera planificada, la formación de puntos sociales de referencia, de lugares de reunión, de movimientos y concentraciones.

La definición de Maurice Cerasi, según la cual “El espacio colectivo de una ciudad puede ser definido como el sistema unitario de espacios y de edificios englobados en el territorio urbanizado que tienen una incidencia sobre la vida colectiva, que definen un uso común para amplios estratos de la población y que constituyen la sede y los lugares de su experiencia colectiva”, encierra una lectura importante como marco para este trabajo.

Asumimos, que el espacio colectivo no existe como hecho físico unitario y reconocible cuyos elementos con sus respectivas funciones son exclusivas para cada sociedad en un determinado momento histórico, y creemos que en el caso de nuestro estudio, las salas de cine como sistema urbano que se estructuró a lo largo del siglo XX han conformado nuestro espacio colectivo llevando indistintamente su significado y función a través de diversas épocas sin perder su valor real en ninguna de ellas a pesar del deterioro de la mayoría.

Dentro del lento proceso de caracterización de actividades modernas que tuvo lugar en Bogotá durante las tres primeras décadas, es evidente que la exhibición cinematográfica tuvo desde sus orígenes un papel fundamental como actividad ligada al consumo durante el tiempo de ocio de amplios sectores de población y se consolidó como el tipo de equipamiento colectivo de carácter privado más representativo no sólo cuantitativamente, sino además desde la perspectiva de su significado cultural.

La influencia social y por tanto espacial de esta actividad que durante los veinte primeros años del siglo vio surgir sus prototipos de edificación, es evidente cuando se analiza el

contexto en el cual surgieron las múltiples necesidades de la vida cotidiana del bogotano de aquella época.

Al contemplar el análisis realizado, observamos como la organización espacial de los barrios bogotanos de la primera mitad del siglo XX se desarrolló en estrecha relación con los hábitos de consumo de los habitantes de estos, en tanto los edificios públicos y los establecimientos privados que aparecieron con el impulso modernizador de los años veinte y treinta, fueron lugares de consumo de diferentes servicios y productos que adquirieron gran significado como factores de cohesión local según los hábitos de frecuentación suscitados bajo su influjo, tal y como sucediera por mucho tiempo con las iglesias y en torno a las cuales se determinaba la organización por parroquias de la ciudad.

Como afirma Raymond Ledrut<sup>132</sup>, equipamientos y consumo son aspectos inseparables, y estos dos aspectos sin duda, condicionan la formación y permanencia de sectores al interior de la ciudad.

La concentración en un punto de cierto número de equipamientos y la frecuentación del núcleo constituido por estos, por parte de los habitantes de un determinado sector incidieron decisivamente en la estructuración de un gran número de áreas, de las cuales las relacionadas con las salas de cine desde su origen, se conservan hoy en su mayoría.

La implantación de los denominados teatros de barrio, que en realidad estuvieron representados en el caso bogotano por edificios de diversas tipologías y diferentes escalas, respondió a la urgencia de brindar a las comunidades locales un grado de autonomía en el consumo, que entre otras ventajas, buscaba eximirles de costos en transporte y gasto de tiempo en desplazamientos hacia las centralidades de carácter metropolitano.

---

<sup>132</sup> LEDRUT, Raymond. Sociología urbana. I ed. Madrid : Instituto de Estudios de Administración Local, 1971. p. 130.



En este aspecto, queda claro en el caso de Bogotá que las lógicas de implantación que impulsaron la dinámica de localización de una tipología particular en núcleos de equipamientos, como sucedió con las salas de cine, presentó a lo largo del siglo XX, una amplia gama de formas con resultados muy disímiles.

Los barrios que durante las primeras décadas del siglo pasado se consolidaron en Bogotá construyeron su unidad —en términos espaciales y sociológicos— gracias a diversas condiciones que el propio proceso de modernización de la ciudad generaba; una gran cantidad de barrios bogotanos deben su unidad e identidad a los equipamientos y a los comportamientos sociales que ellos generaron.

Al expandirse, Bogotá comenzó a producir servicios cuya demanda e importancia crecían y en este sentido, el barrio puede tenerse en cuenta como una unidad de consumo y referenciar su desarrollo con la evolución de elementos como las salas de cine; sin embargo, cuando se intenta hacer una lectura de la incidencia de los equipamientos en la consolidación de un barrio en particular, en el caso de sectores del norte de Bogotá, se puede constatar que no fue suficiente construir núcleos de equipamientos si no existían otro tipo de condiciones que garantizaran de alguna manera el desarrollo de formas de vida colectiva y de relaciones sociales que a su vez permitieran la permanencia de las estructuras construidas.

Las salas de cine comercializaban un producto en particular, y según su localización dentro de la estructura urbana compitieron con otro tipo de servicios localizados en el espacio urbano y posteriormente con aparatos que el ciudadano podía tener en su vivienda.

Al analizar la evolución cuantitativa del parque de salas hay varios factores que deben ser confrontados para no cometer errores de apreciación: número de salas, número de pantallas y número de localidades.

La concentración de un número elevado de equipamientos en torno a un parque, una plaza, a lo largo de una vía, o en un cruce de vías de importancia, creó en muchos casos las

condiciones para la consolidación de lugares que dentro de la estructura urbana crearon polos de diferenciación así como de individualización colectiva de un sector geográfico particular.

La distancia se convirtió en un factor que adquirió un papel fundamental en la construcción de centralidades por cuanto la dimensión de los desplazamientos que debían realizar los bogotanos para acudir, en este caso a las salas de cine, determinó la importancia social de este tipo de equipamientos.

La formación de un núcleo de equipamientos y del correspondiente polo de atracción colectiva que con su implantación aparecía, ejerció un efecto bien determinado sobre los límites sociales de los barrios, y si bien los límites geográficos de dichos núcleos tuvieron una gran importancia en los procesos de definición espacial y consolidación de muchos barrios, su papel llegó a consolidar además fuentes núcleos generadores de relaciones sociales.

En el discurso de Ledrut, la función urbana de un sector -a diferencia de los planteado al respecto por los C.I.A.M y por sus principales voceros- no se identifica necesariamente con la actividad económica preponderante y aunque no desvirtúa la importante conexión que hay entre función y actividad en tanto la función urbana es determinada por el papel que el sector o barrio desempeña en el funcionamiento interno de la ciudad, si considera una variedad más amplia de funciones que las consideradas por los C.I.A.M, que incluye la función administrativa y la función de servicios, además de las de residencia, trabajo y ocio.

Para Ledrut, una función puede ser desempeñada por diversos sectores, de la misma manera en que un sector puede prestar diversas funciones permitiendo que la combinación de funciones sea además de posible, muy variada.

Según el mismo autor, se pueden encontrar sectores unifuncionales y sectores plurifuncionales<sup>133</sup>; esta clasificación nos parece para nuestro trabajo, muy útil por cuanto la lectura que podemos hacer a partir del desarrollo que siguió la implantación de un tipo de equipamiento como la sala de cine, pasa necesariamente por una reflexión acerca de los procesos que este y otro tipo de equipamientos generaron en una ciudad en la que se consolidaron pocos sectores exclusivamente unifuncionales y que hoy en día en cambio se caracteriza por el desarrollo de numerosos sectores plurifuncionales.

El desarrollo de la industria cinematográfica trajo consigo cíclicamente, nuevas formas de disfrutar la experiencia del cine y aunque los cambios generaban incertidumbre, es evidente si se analizan los ciclos que la periodización aquí expuesta refleja, que los factores que generan crisis en cada época abrieron el camino para un nuevo impulso en la siguiente; los espacios de exhibición han evolucionado hasta las formas y rituales que hoy conocemos, como resultado del desarrollo de una industria que ha sabido moldear e imponer necesidades a los consumidores.

Para Aymonino, la utilización y organización funcional de los equipamientos dentro de la estructura urbana sólo puede ser definida, en última instancia, mediante la especificación de las relaciones existentes entre la tipología edificatoria y la morfología urbana.

El tipo edificatorio en relación con la evolución histórica la ciudad, es el aspecto que tratamos de discernir en este trabajo, puesto que la elaboración de prototipos (entendidos como primeros ejemplares de una serie posterior, como la explica Aymonino) es uno de los procesos que observamos al analizar la evolución tipológica de las salas de cine construidas en Bogotá.

La actividad de proyección cinematográfica pasó de ser un “inquilino” más de locales o edificios heredados de etapas anteriores, adaptados y transformados para tal fin, a encontrar sus propios edificios, los cuales a su vez se convirtieron en puntos de referencia de la red de circulaciones en que se apoyaban.

---

<sup>133</sup>Ibid, p. 155.

En la segunda fase descrita en el presente trabajo, se manifiestan ya claramente los componentes de programas arquitectónicos completos que mediante la experiencia en la construcción y el diseño y la permanente observación por parte de los empresarios y promotores de modelos extranjeros, definieron en pocos años las características internas y externas de estas tipologías aun en proceso de formación.

La aparición de escasos pero variados prototipos de salas de cine, facilitó la transformación de algunos de ellos en modelos que rápidamente fueron considerados por los usuarios y por sus constructores y promotores como válidos en sí mismos por cuanto se consideraba totalmente coherente su forma e imagen con la actividad a la cual estaban destinados.

Las variables formales empleadas por los diseñadores y constructores, se nutrieron de numerosos estilos arquitectónicos que enriquecieron los casi doscientos ejemplos de los cuales dispusieron los bogotanos para asistir al espectáculo cinematográfico.

En las propuestas de fachada por ejemplo, prevaleció hasta la aparición de la sala incrustada en centros comerciales, la intención de manejar elementos con volumetrías sencillas como marquesinas y anuncios bandera junto al gran aviso con el nombre del teatro y en algunas ocasiones, vanos que permitían ojear el vestíbulo.

Los avances tecnológicos y los nuevos esquemas funcionales que condicionaban el proyecto arquitectónico conformaron los tipos que se construirían en Bogotá, teniendo en cuenta en la mayoría de los casos las características del contexto urbano y social en la medida en que el cine se convertía en el medio de comunicación por excelencia, además de un buen negocio.

Es importante señalar, y esto puede apreciarse en el recorrido fotográfico referenciado en las fichas y que sirve como principal anexo y fuente de este trabajo, que las distintas tipologías definidas se entremezclan en los periodos intermedios descritos



De igual manera puede constatarse fácilmente que al igual que hace cien años el cine invadió otros edificios para asentarse mientras encontraba sus propios lugares, hoy muchos de los teatros que se mantienen en pie albergan una gran variedad de usos que poco tienen que ver con el deleite para el cual estos fueron construidos.

Por su significado, las salas de cine descritas en la tipología No. 1 cumplieron con un papel muy importante en la ciudad, del cual ya hemos hablado, y que según la clasificación hecha por Kevin Lynch acerca de los elementos que conforman la imagen de la ciudad, corresponderían a los elementos denominados mojones<sup>134</sup>.

Las salas de la arquitectura del tipo "movie palace" llenaron de significación social las zonas en donde fueron construidas, debido a la importancia de su función y dándoles además una carga histórica en donde incluso el nombre del teatro se convirtió hasta hoy en referente; su importancia como puntos de referencia exteriores, los convirtió en claves de identidad espacial, se usaran o no frecuentemente, y esto debido a la singularidad que como característica física las hacía memorables y únicas en el contexto de una ciudad de lento desarrollo.

Una de las condiciones fundamentales de la teoría de Lynch, parece aplicarse al caso que estudiamos, y se puede resumir en el hecho de que los mojones no necesariamente deben ser objetos grandes físicamente en relación a otros distintos o a los de su misma especie<sup>135</sup>, y se puede observar al repasar la historia de las salas de cine en Bogotá, que independientemente de las dimensiones de fachadas o interiores, los grandes y más pequeños teatros de cine en Bogotá fueron por muchos años referencias indispensables para sus habitantes de la capital.

La mala calidad de la proyección y del servicio de las salas en general, alejó a los espectadores puesto que los propietarios alegando carecer de medios para reacondicionarlos

---

<sup>134</sup> LYNCH, Kevin. La imagen de la ciudad. 2 ed. Buenos Aires: Infinito, 1966. p. 47.

<sup>135</sup> Ibid., p. 121.

y mejorarlos, salvo contadas excepciones, optaron por la opción de cerrar las salas más deterioradas y a las que menos público asistía.

Las transformaciones ocurridas en el sistema de cines fueron determinadas en cada época por procesos relativos a la estructura urbana precedente (permanencias y transformaciones), así como por la influencia ejercida en este tipo de equipamientos por la configuración de una estructura económica y social cambiante.

El proceso analizado en este trabajo deja entrever la alternativa que ofrece el reciclaje de este tipo particular de edificaciones cuyos uso original ha sido modificado debido a diversos factores, pero que sin duda representan una interesante posibilidad de reintegración a la dinámica urbana actual, sacando provecho del valor agregado que genera su importancia y reconocimiento como memoria y referente histórico.

En este sentido vale la pena resaltar como en Estados Unidos, una agencia federal independiente, el *National Trust for Historical Preservation*, se ocupa de las labores y campañas para la preservación de la arquitectura de valor histórico de la ciudad en general y desde hace aproximadamente dos décadas creó una sección específica encargada del grupo de salas de cines y teatros.

Además, existen otras organizaciones que defienden la permanencia de este tipo de edificios ante los intentos de propietarios por transformarlos de tal manera que pierden su identidad arquitectónica original, tales como la *Theatre Historical Society*, la *League of Historic Theatres* y la *American Theatre Organ Society*, cuyas campañas y acciones encuentran además el respaldo de un sistema de incentivos fiscales y bases de información para controlar y proteger antiguas salas de cine.

En Inglaterra cumple una labor similar *The Cinema Theatre Association* entre cuyos logros, está publicar desde 1980, el *Directory of Cinemas*, con información detallada acerca de más de mil salas de cine en todo el país, llamando la atención principalmente de los ciudadanos y de las instituciones oficiales de desarrollo urbano, lo cual derivó igualmente en campañas

y medidas para preservar y controlar este tipo de edificios que desde los años sesenta venían siendo cerrados, transformados radicalmente o demolidos.

En Venezuela, existe la referencia de un primer intento por actuar en este sentido, cuando en 1991 y por iniciativa de un grupo de intelectuales vinculados al campo teatral, se conformó la Fundación para el Rescate de Teatros y Cines, adscrita a la Alcaldía de Caracas, y cuya orientación se concentró hacia la adquisición de aquellas salas de cine que presentaban avanzados estados de deterioro pero sobre los cuales aun era posible actuar, sin haber trascendido fundamentalmente por la falta de apoyo oficial<sup>136</sup>.

La investigación de las transformaciones en muchos niveles, de una ciudad como Bogotá, requiere inevitablemente de la observación de aquellas huellas que el tiempo y los hombres dejan en el cuerpo y en el alma de la ciudad, pues la riqueza de este tipo de experiencia nos devela un tipo de información única, que enriquece infinitamente las lecturas de procesos urbanos legibles sólo a través de la aportación de diversas disciplinas. La diversidad de conocimientos especializados que cuestionaron y encaminaron este trabajo hasta darle esta forma final que pretende ante todo aportar una aproximación no sectorial al fenómeno ocurrido con las salas de cine, nos devuelve en este punto a una reflexión que constantemente nos hizo cuestionar la manera de aproximarse a dicho fenómeno urbano:

Cada vez es más general la convicción de que la ciudad contemporánea es globalmente incomprensible, y que su conocimiento no puede dejar de ser parcial y fragmentario. Y si esto es así para el conocimiento, es casi seguro que también lo es para la construcción de su historia. Lo cual no puede evitar que, en algunos momentos de duda y de nostalgia de visiones integrales, lleguemos a pensar que en vez de estar haciendo colectivamente Historia Urbana, lo que hacemos es acopiar materiales para su construcción<sup>137</sup>.

<sup>136</sup> BARRUOS, Guillermo. *Inventario del olvido: la sala de cine y la transformación metropolitana de Caracas*. 1 ed. Caracas : Fundación Cinemateca Nacional, 1992. 143 p.

<sup>137</sup> TERÁN de, Fernando. *Historia Urbana moderna en España: recuento y acopio de materiales*. En : *Ayer : La Historia Urbana*. No. 23, 1996; p. 87.

## **6. BIBLIOGRAFÍA.**

### **URBANISMO, MODERNIDAD, CINE Y OCIO**

ANDERSON, Nels. Sociología de la comunidad urbana: una perspectiva mundial. 1 ed. México D.F : Fondo de Cultura Económica, 1965. 619 p.

AUGROS, Joel. El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos mercados. 1 ed. Barcelona: Paidós, 2000. 308 p.

AYER : La Historia Urbana / SAMBRICIO, Carlos, ed. No. 23, 1996. Madrid : Marcial Pons, 1996.

BARRIOS, Guillermo. Inventario del olvido: la sala de cine y la transformación metropolitana de Caracas. 1 ed. Caracas : Fundación Cinemateca Nacional, 1992. 143 p.

BAUDRILLARD, Jean. La sociedad de consumo. 1 ed. Barcelona : Plaza & Janes, 1974. 278 p.

BONFIL, Carlos y MONSIVÁIS Carlos. A través del espejo: el cine mexicano y su público. 1 Ed. México D.F: El Milagro – Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994. 230 p.

CERASI, Maurice. El espacio colectivo de la ciudad. 1 ed. Barcelona : Oikos Tau, 1990. 182 p.

DEBORD, Guy. La sociedad del espectáculo. 1 ed. Buenos Aires : Ediciones de la Flor, 1974. 178 p.

DUMAZEDIER, Joffre. Hacia una civilización del ocio. 1 ed. Barcelona : Estela, 1964. 345 p.

GARCÍA CANCLINI, Néstor et al. Los nuevos espectadores: cine, televisión y video en México. 1 ed. México D.F : IMCINE – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994. 342 p.



GETINO, Octavio et al. Cine latinoamericano, economía y nuevas tecnologías audiovisuales. 1 ed. Buenos Aires : Legasa, s.f. 305 p.

GUBERN, Román. Historia del cine. 1 ed. Barcelona : Lumen, s.f. 2v, 392 p.

JARVIE, I. C. Sociología del cine. 1 ed. Madrid : Guadarrama, 1974. 351 p.

LE CORBUSIER. Principios de urbanismo. 1 ed. Barcelona : Ariel, 1971. 151 p.

LEDROUT, Raymond. Sociología urbana. 1 ed. Madrid : Instituto de Estudios de Administración Local, 1971. 243 p.

LYNCH, Kevin. La imagen de la ciudad. 2 ed. Buenos Aires : Infinito, 1966. 208 p.

Mc LUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. 1 ed. México DF : Diana, 1969. 443 p.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. 2 ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1991. 300 p.

MONSIVÁIS, Carlos. Aires de familia: cultura y sociedad en América Latina. 1 ed. Barcelona : Anagrama, 2000. 254 p.

OCHOA VEGA, Alejandro y ALFARO SALAZAR, Francisco Haroldo. Espacios distantes... aún vivos: las salas cinematográficas de la Ciudad de México. 1 ed. México D.F : Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco, 1997. 240 p.

PALACIO, Manuel et al. La transición del mudo al sonoro. 1 ed. Madrid : Cátedra, 1998. 315 p. (Historia General del Cine ; vol 6)

ROMERO, José Luis. Latinoamérica: las ciudades y las ideas. 1 ed. México D.F : Siglo Veintiuno Editores, 1976. 396 p.

ROSSI, Aldo. La arquitectura de la ciudad. 6 ed. Barcelona : Gustavo Gili, 1982. 311 p.

SADOUL, Georges. Las maravillas del cine. 1 ed. México D.F : Fondo de Cultura Económica, 1960. 271 p.

SUE, Roger. El ocio. 1 ed. México D.F: Fondo de Cultura Económica, 1982. 165 p.

TAIBO I, Paco Ignacio. Historia popular del cine: desde sus inicios hasta que comenzó a hablar. 1 ed. México D.F : IMCINE – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1996. 563 p.

TALENS, Jerro et al. Orígenes del cine. 1 ed. Madrid : Cátedra, 1998. 348 p. (Historia General del Cine ; vol 1)

## **HISTORIA DE BOGOTÁ Y DE COLOMBIA**

ARANGO, Silvia. Historia de la arquitectura en Colombia. 1 ed. Bogotá : Universidad Nacional de Colombia, 1990. 291 p.

ARCHILA NEIRA, Mauricio. Cultura e identidad obrera: Colombia 1910 - 1945. 1 ed. Bogotá: CINEP, 1991. 475 p.

DEL CASTILLO, Juan Carlos. Bogotá : el tránsito a la ciudad moderna, 1920 - 1950. 1 ed. Bogotá : Universidad Nacional de Colombia, 2003. 120 p.

FUNDACION MISION COLOMBIA. Historia de Bogotá. Villegas Editores. Bogotá. 1988

FÚQUENE BARRETO, Juliana. Las salas de cine en Bogotá. Santa Fe de Bogotá, 1999, Op. Trabajo de grado (Historador). Pontificia Universidad Javeriana. Departamento de Historia

JIMENEZ, Luis Carlos. El crecimiento de Bogotá. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. (sin publicar). 1984

MARTÍNEZ PARDO, Hernando. Historia del cine colombiano. 1 ed. Bogotá : América Latina, 1978. 472 p.

\_\_\_\_\_. La pregunta por la existencia de la historia urbana. En: Historia Crítica , No 18 Pág 23. Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Sociales. Bogotá .

MORA FORERO, Cira Inés y CARRILLO HERNÁNDEZ, Adriana María. Hechos colombianos para ojos y oídos de las Américas. 1 ed. Bogotá : Ministerio de Cultura, 2003. 125 p.

MUSEO DE DESARROLLO URBANO. Bogotá , C.D : instante, memoria, espacio. 1998.

NIETO, Jorge y ROJAS Diego. Tiempos del Olympia. 1 ed. Bogotá : Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, 1992. 132 p.

SALCEDO SILVA, Hernando. Crónicas del cine colombiano 1897 - 1950. 1 ed. Bogotá : Carlos Valencia, 1981. 227 p.

SALDARRIAGA ROA, Alberto. Bogotá siglo XX: urbanismo, arquitectura y vida urbana. 1 ed. Bogotá : Departamento Administrativo de Planeación Distrital, 2000. 358 p.

SÁNCHEZ, Consuelo. De la aldea a la metrópoli: seis décadas de vida cotidiana en Bogotá, 1900 – 1959. 1 ed. Bogotá : Tercer Mundo – Instituto Distrital de Cultura y Turismo, 1998. 115 p.

SOCIEDAD DE MEJORAS Y ORNATO DE BOGOTÁ. Bogotá, de la devastación a la esperanza. 1 ed. Bogotá: Nomos, s.f. 242 p.

TELLEZ, Germán. Cuéllar Serrano Gómez – Arquitectura 1933 – 1983. 1 ed. Bogotá : Escala, 1988. 387 p.

URIBE CELIS, Carlos. Los años veinte en Colombia: ideología y cultura. 2 ed. Bogotá : Alborada, 1991. 256 p.

\_\_\_\_\_. La mentalidad del colombiano: cultura y sociedad en el siglo XX. 1 ed. Bogotá : Alborada, 1991. 209 p.

## **REVISTAS Y PERIÓDICOS.**

Diario El Tiempo

Revista PROA

Revista ESCALA

Revista Películas y Exhibidores

TOTAL PANTALLAS		84	84	PUNTOS GEOGRÁFICOS		
SALAS MULTIPANT.		0	0	TOTAL MULTIPANTALLAS		
ENERO 1975						
Nº.	NOMBRE	PANT.	Nº F.	Nº P.	PRECIOS	OBSERVACIONES
1	ADRIANA	1	4	2	N.D.	MATINAL
2	ALADINO	1	3	1	N.D.	
3	ALCALA	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 AM
4	ALMIRANTE	1	3	1	N.D.	
5	ALPHA 2	1	3	1	N.D.	
6	AMERICANO	1	4	2	\$ 10.00	MATINAL/COLOR
7	ANDES	1	C.C.	3	N.D.	CONTINUO
8	APOLO (X)	1	3	0	N.D.	STRAP TEASE
9	ARIEL (X)	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 2 P.M.
10	ARISTI	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
11	ARLEQUIN	1	4	2	N.D.	MATINAL
12	ATENAS	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 A.M.
13	AVENIDA	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 12 M.
14	AVIRAMA	1	4	2	N.D.	
15	AYACUCHO	1	N.D.	2	N.D.	
16	BACATA	1	4	2	N.D.	MATINAL
17	BOGOTA	1	3	1	N.D.	
18	CADIZ	1	3	1	N.D.	
19	CALDAS	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 12 M.
20	CAPITOL	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 3 P.M./COLOR
21	CARIBE	1	N.D.	3	N.D.	MATINAL
22	CINEMA SUR	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
23	CINEMATICA DISTITAL	1	2	2	N.D.	EN EL PLANETARIO
24	COLISEO	1	3	1	N.D.	CORTOS Y NO TIGRO
25	COMEDIA	1	3	1	N.D.	
26	COPELIA	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 12 M.
27	EL CID	1	4	2	N.D.	MATINAL
28	EL DORADO	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 AM
29	EL LAGO	1	4	2	N.D.	MATINAL
30	ELVIRA	1	C.C.	3	N.D.	MATINAL/CONTINUO 2 P.M.
31	EMBAJADOR	1	3	1	N.D.	
32	ENCANTO	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 3 P.M.
33	EZIO	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
34	FAENZA	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 AM
35	FAUSTO	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 3 P.M.
36	IMPERIO	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 2 P.M.
37	IRIS	1	N.D.	2	N.D.	
38	JUNON	1	C.C.	3	N.D.	MATINAL/CONTINUO 2 P.M.
39	KENNEDY	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 2 P.M.
40	LA CARRERA	1	N.D.	2	N.D.	
41	LA CASTELLANA	1	3	1	N.D.	
42	LA PRADERA	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 1 P.M.
43	LAS CRUCES	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
44	LIBERTADOR	1	3	1	N.D.	
45	LIDO	1	N.D.	2	N.D.	
46	LUCIA	1	4	2	N.D.	MATINAL
47	LUX	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 AM
48	METRO	1	3	1	N.D.	
49	METRO RIVIERA	1	3	1	N.D.	
50	METROPOL	1	3	1	N.D.	
51	MEXICO	1	3	1	N.D.	COLOR
52	MINUTO DE DIOS	1	N.D.	2	N.D.	MATINAL
53	MIRAMAR	1	4	2	N.D.	MATINAL
54	MOGADOR	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 3 P.M.
55	NOVEDADES	1	C.C.	1	N.D.	CONTINUO 1 P.M.
56	OLYMPIA	1	3	1	N.D.	
57	OPERA	1	3	1	N.D.	
58	PALERMO	1	3	1	N.D.	
59	PATRIA	1	3	1	N.D.	
60	PONCE	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 AM
61	PRESIDENTE	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 A.M.
62	QUITROGA	1	N.D.	2	N.D.	
63	RADIO CITY	1	3	1	N.D.	
64	REAL	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
65	REGYO	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 A.M.
66	REX	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 12 M.
67	RIVOLI	1	3	1	N.D.	MATINAL
68	ROMA	1	C.C.	3	N.D.	MATINAL/CONTINUO 2 P.M.
69	SAN CARLOS	1	3	1	N.D.	
70	SAN JORGE	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 1 P.M.
71	SAN REMO	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
72	SANTA CECILIA	1	4	2	\$7.80- \$5.00	MATINAL/COLOR
73	SANTA FE	1	4	3	N.D.	MATINAL
74	SANTA LUCIA	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
75	SANTANDER	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11 AM
76	SCALA	1	3	1	N.D.	
77	SEXTA AVENIDA	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO 11:30 P.M.
78	STA BARBARA	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
79	SUA	1	3	1	N.D.	
80	SUCRE	1	C.C.	2	N.D.	CONTINUO
81	TEQUENDAMA	1	4	2	N.D.	MATINAL
82	TEUSAQUILLO	1	3	1	N.D.	
83	TISQUEUSA	1	3	1	N.D.	
84	TREVI	1	3	1	N.D.	



TOTAL PANTALLAS		81	76	PUNTOS GEOGRAFICOS		
SALAS MULTIPANT.		3	8	TOTAL MULTIPANTALLAS		
ENERO 1980						
No.	NOMBRE	PANT.	No. F.	No. P.	PRECIOS	OBSERVACIONES
1	ADRIANA	1	4	2	\$ 30,00	MATINAL
2	ALADINO	1	3	1	\$ 35,00	
3	ALMIRANTE	1	3	1	\$ 35,00	
4	APOLÓ (X)	1	3	1	\$ 20,00	
5	ARIEL (X)	1	N.D.	N.D.	N.D.	
6	ARISTI	1	N.D.	N.D.	N.D.	
10	AYACUCHO (X)	1	3	1	\$ 35,00	
11	BACATA	1	3	1	\$ 35,00	
12	BOGOTÁ	1	3	1	\$ 35,00	
13	CALDAS	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
14	CALISO	1	4	3	\$35,00; \$15,00	MATINAL
15	CANCELLER	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
16	CARIBE	1	3	2	\$ 20,00	
17	CHAPINERO	2	6	2	\$ 35,00	
18	CINELANDIA	1	3	1	\$ 35,00	
19	CINEMA 7a (X)	1	3	1	\$ 35,00	
20	CINEMAS CENTRO	4	12	4	\$ 35,00	
21	CINEMATECA DISTRITAL	1	N.D.	N.D.	N.D.	
22	COLISEO	1	ROT.	1	\$ 35,00	ROTATIVO 2 P.M.
23	COPELIA	1	C.C.	3	N.D.	MATINAL/CONTINUO 2 P.M.
24	EL CIO	1	4	2	\$ 35,00	MATINAL
25	EL DORADO	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
26	EL LAGO	1	4	2	\$35,00; \$15,00	MATINAL
27	ELVIRA	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 1 P.M.
28	EMBAJADOR	1	3	1	\$ 35,00	
29	ESMERALDA (X)	1	P.	1	\$ 35,00	PERMANENTE 1 P.M.
30	EZIO	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
31	FAENZA	1	C.C.	2	\$ 15,00	CONTINUO 11 A.M.
32	IMPERIO	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
33	IRIS	1	4	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
34	JUNIN	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 1 P.M.
35	KENNEDY	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
36	LA CASTELLANA	1	4	2	\$35,00; \$15,00	MATINAL
37	LAS CRUCES	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
38	LIBERTADOR	1	ROT.	1	\$ 35,00	ROTATIVO 2 P.M.
39	LIDO	1	C.C.	1	\$ 35,00	CONTINUO 1 P.M.
40	LUCIA	1	3	1	\$ 35,00	
41	LUX	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 1 P.M.
42	METRO	1	ROT.	1	\$ 35,00	ROTATIVO 3 P.M.
43	METROPOL	1	3	1	\$ 35,00	
44	MEXICO	1	4	2	N.D.	MATINAL
45	MILAN	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 11 A.M.
46	MINUTO DE DIOS	1	4	2	\$ 30,00	MATINAL
47	MOGADOR	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 1 P.M.
48	MUZU	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
49	NOVEDADES (X)	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 11 A.M.
50	OLYMPIA	1	3	1	\$ 35,00	
51	OPERA	1	ROT.	1	\$ 35,00	ROTATIVO 2 P.M.
52	PALERMO	1	4	2	\$ 35,00	MATINAL
53	PATRIA	1	4	2	\$ 15,00	MATINAL
54	PONCE	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 11 A.M.
55	PRESIDENTE	1	C.C.	2	\$ 15,00	CONTINUO 11 A.M.
56	QUIROGA	1	4	2	\$ 30,00	MATINAL
57	RADIO CITY	1	3	1	\$ 35,00	
58	REGIO	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 11 A.M.
59	RIVIERA	1	3	1	\$ 35,00	
60	ROMA	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 1 P.M.
61	ROYAL PLAZA	1	3	1	\$ 35,00	
62	SAN CARLOS	1	3	1	\$ 35,00	
63	SAN JORGE	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 1 P.M.
64	SAN REMO	1	3	2	\$ 25,00	
65	SANTA CECILIA	1	3	1	\$ 30,00	
66	SANTA FE	1	4	3	\$ 20,00	MATINAL
67	SANTANDER	1	C.C.	2	\$ 20,00	CONTINUO 2 P.M.
68	SCALA	1	3	1	\$ 35,00	
69	SUCRE	1	C.C.	2	\$ 15,00	CONTINUO 2 P.M.
70	TARTE DE LA MUSICA	1	N.D.	N.D.	N.D.	
71	TEATRO J.E. GAITAN	1	N.D.	N.D.	N.D.	
72	TEQUENDAMA	1	ROT.	2	\$ 35,00	MATINAL/ROTATIVO 3 P.M.
73	TEUSAQUILLO	1	3	1	\$ 35,00	
74	TISQUESUSA	1	3	1	\$ 35,00	
75	TREVI	1	3	1	\$ 35,00	
76	UNICENTRO	2	8	4	\$ 35,00	MATINAL



TOTAL PANTALLAS		76	70	PUNTOS GEOGRÁFICOS		
SAJAS MULTIPANT.		4	10	TOTAL MULTIPANTALLAS		
ENERO 1985						
No.	NOMBRE	PANT.	No. F	No. P	PRECIOS	(R\$%:RV:VC)@ %S
1	ADRIANA	1	3	2	\$ 55,00	MATINAL
2	ALADINO (X)	1	ROT	1	\$ 75,00	ROTATIVO 1:30 P.M
3	ALMIRANTE	1	3	1	\$ 75,00	
4	ARISTI	1	N.D	N.D	N.D	
5	ARLEQUIN	1	4	2	\$75,00; \$60,00	MATINAL
6	ASTOR PLAZA	1	4	2	\$75,00; \$60,00	MATINAL
7	ATENAS	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 11 A.M
8	AVENIDA CHILE	2	6	2	\$75,00; \$60,00	
9	AVIRAMA	1	3	1	\$ 55,00	
10	AZTECA	1	4	1	\$75,00; \$60,00	
11	BACATA	1	ROT	1	\$75,00; \$60,00	ROTATIVO 1 P.M
12	BOGOTA	1	ROT	2	\$75,00; \$60,00	MATINAL/ROTATIVO 1:30 P.M
13	CALIPSO	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
14	CARIBE	1	ROT	2	\$ 55,00	ROTATIVO 2 P.M
15	CHAPINERO	2	6	2	\$75,00; \$60,00	
16	CINELANDIA	1	4	2	\$75,00; \$60,00	MATINAL/RIFAS Y PAYASOS
17	CINEMA 7a (X)	1	ROT	2	\$75,00; \$60,00	ROTATIVO 11 A.M
18	CINEMA EL PRADO	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
19	CINEMA RICARTE	2	3	1	\$75,00; \$60,00	
20	CINEMAS CENTRO	4	12	4	\$75,00; \$60,00	
21	CINEMATECA DISTRITAL	1	3	1	N.D	
22	COLISEO (X)	1	ROT	1	\$75,00; \$60,00	ROTATIVO 1:30 P.M
23	COPELIA	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 1 P.M
24	EL CARMEN	1	3	2	\$ 55,00	
25	EL CID	1	4	1	\$75,00; \$60,00	
26	EL DORADO (X)	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 11 A.M
27	EMBAJADOR	1	4	2	\$75,00; \$60,00	MATINAL/RIFAS Y PAYASOS
28	ESMERALDA (X)	1	ROT	1	\$75,00; \$60,00	ROTATIVO 11 A.M
29	EZIO	1	3	2	\$ 35,00	
30	FAENZA	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 11:15 A.M
31	IRIS	1	ROT	2	\$ 55,00	ROTATIVO 2 P.M
32	KENNEDY	1	N.D	2	N.D	
33	LA CASTELLANA	1	4	2	\$75,00; \$60,00	MATINAL/ PAYASOS
34	LIBERTADOR	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
35	LIDO	1	ROT	2	\$75,00; \$60,00	ROTATIVO 2 P.M
36	LUCIA	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
37	LUX	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 1 P.M
38	METRO	1	ROT	1	\$75,00; \$60,00	ROTATIVO 1 P.M
39	METROPOL	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
40	MEXICO	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
41	MILAN	1	N.D	2	N.D	ROTATIVO 2 P.M
42	MINUTO DE DIOS	1	4	2	\$ 55,00	MATINAL
43	MOGADOR	1	N.D	N.D	N.D	
44	NOVEDADES (X)	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 11 A.M
45	OLYMPIA	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
46	OPERA	1	ROT	1	\$100,00; \$60,00	ROTATIVO 1:30 P.M
47	PALERMO	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
48	QUIROGA	1	N.D	2	N.D	ROTATIVO 2 P.M
49	RADIO CITY	1	3	1	\$100,00; \$60,00	
50	REAL	1	N.D	2	N.D	ROTATIVO 2 P.M
51	RIVIERA	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
52	ROMA	1	C.C	2	\$ 35,00	CONTINUO 1 P.M
53	ROYAL PLAZA	1	4	2	\$ 100,00	MATINAL/RIFAS Y PAYASOS
54	SAN CARLOS	1	4	1	\$75,00; \$60,00	
55	SAN JORGE	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 1 P.M
56	SAN REMO	1	N.D	2	N.D	
57	SANTA BARBARA	1	N.D	2	N.D	
58	SANTA CECILIA	1	C.C	3	\$ 55,00	CONTINUO 1 P.M
59	SANTA FE	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 2 P.M
60	SANTA LUCIA	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 2 P.M
61	SANTANDER	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 2 P.M
62	SCALA	1	4	1	\$100,00; \$60,00	
63	SEXSCINE EL EDÉN (X)	1	ROT	1	\$ 60,00	ROTATIVO 2 P.M
64	SUCRE	1	C.C	2	\$ 55,00	CONTINUO 2 P.M
65	TEATRO J.E. GAITAN	1	3	1	N.D	
66	TEQUENDAMA (X)	1	ROT	1	\$75,00; \$60,00	ROTATIVO 2 P.M
67	TEUSAQUILLO	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
68	TISQUESUSA	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
69	TREVI	1	3	1	\$75,00; \$60,00	
70	UNICENTRO	2	8	4	\$75,00; \$60,00	MATINAL/RIFAS Y PAYASOS



TOTAL PANTALLAS		68	57	PUNTOS GEOGRÁFICOS		
SALAS MULTIPANT.		8	20	TOTAL MULTIPANTALLAS		
ENERO 1990						
No.	NOMBRE	CART.	No. F	No. P	PRECIOS	OBSERVACIONES
1	AZTECA	1	ROT	1	\$ 350.00	ROTATIVO 2 P.M.
2	ALADINO (X)	1	ROT	1	\$ 300.00	ROTATIVO 3.30 P.M.
3	ASTOR PLAZA	1	3	1	\$ 400.00	
4	AVENIDA CHILE	2	9	2	\$ 500.00	
5	AVIRAMA	1	3	1	\$ 350.00	
6	BACATA	1	ROT	1	\$ 400.00	ROTATIVO 1 P.M.
7	BOGOTA (X)	1	ROT	2	\$ 350.00	ROTATIVO 1 P.M.
8	BULEVAR NIZA	2	8	3	\$ 400.00	
9	CALLE REAL	1	5	1	\$ 450.00	
10	CALYPSO	1	3	1	\$ 350.00	
11	CAMARIN DEL CARMEN	1	3	1	\$ 400.00	CINE ARTE
12	CHAPINERO	2	9	2	\$ 450.00	
13	CINELANDIA	1	3	1	\$ 400.00	
14	CINEMA EL PRADO	1	3	1	\$ 450.00	
15	CINEMA PLAZA CENTRO	1	ROT	1	\$ 350.00	ROTATIVO 12M
16	CINEMAS CENTRO	4	20	8	\$ 450.00	
17	CINEMATECA DISTRITAL	1				CINE ARTE
18	CINEMATECA T.P.B	1	3	1	N.D.	CINE ARTE
19	EL CID	1	5	2	\$ 450.00	
20	EMBAJADOR	1	5	1	\$ 450.00	
21	EZIO	1	ROT	2	\$ 250.00	ROTATIVO 2 P.M.
22	FAENZA	1	C.C	2	\$ 250.00	CONTINUO 11 A.M.
23	GALERIAS	2	10	3	\$ 450.00	
24	IRIS	1	ROT	1	\$ 350.00	ROTATIVO 1 P.M.
25	LIBERTADOR	1	5	2	\$ 450.00	
26	LIDO	1	ROT	1	\$ 350.00	ROTATIVO 1 P.M.
27	LUCIA	1	5	1	\$ 450.00	
28	LUX	1	ROT	2	\$ 200.00	ROTATIVO 2 P.M.
29	M.A.M (SALA LOS ACEVEDO)	1	3	1	\$ 400.00	CINE ARTE
30	METRO	1	4	2	\$ 400.00	
31	METROPOL	1	3	1	\$ 400.00	
32	MEXICO	1	4	1	\$ 400.00	
33	MILAN	1	C.C	2	\$ 250.00	CONTINUO 1 P.M.
34	MINUTO DE DIOS	1	3	1	\$ 300.00	
35	MOGADOR	1	ROT	2	\$ 300.00	ROTATIVO 2 P.M.
36	OLYMPIA	1	4	1	\$ 450.00	
37	OPERA	1	4	1	\$ 450.00	
38	PALERMO	1	5	1	\$ 450.00	
39	PATRIA	1	3	1	\$ 300.00	
40	PLAZA SUR	2	6	2	\$ 350.00	
41	RADIO CITY	1	5	2	\$ 450.00	
42	REAL	1	C.C	2	\$ 250.00	CONTINUO 2 P.M.
43	RICAURTE	1	3	1	\$ 300.00	
44	RIVIERA	1	4	2	\$ 400.00	
45	ROYAL PLAZA	1	3	1	\$ 400.00	
46	SAN CARLOS	1	3	1	\$ 450.00	
47	SAN JORGE	1	C.C	2	\$ 250.00	CONTINUO 1 P.M.
48	SANTA CECILIA	1	ROT	2	\$ 250.00	ROTATIVO 1 P.M.
49	SANTA LUCIA	1	C.C	2	\$ 250.00	CONTINUO 1 P.M.
50	SCALA	1	5	2	\$ 450.00	
51	SUCRE	1	C.C	2	\$ 250.00	CONTINUO 1 P.M.
52	TEATRO LIBRE	1	N.D	N.D	N.D	CINE ARTE
53	TERRAZA PASTEUR	1	4	1	\$ 450.00	
54	TEUSAQUILLO	1	5	2	\$ 400.00	
55	TUNAL	2	9	3	\$ 400.00	
56	20 DE JULIO	2	8	2	N.D	
57	UNICENTRO	2	10	2	\$ 500.00	

TOTAL PANTALLAS		66	50	PUNTOS GEOGRÁFICOS		
SALAS MULTIPANT.		10	24	TOTAL MULTIPANTALLAS		
ENERO 1995						
No.	NOMBRE	PANT.	No. F	No. P	PRECIOS	OBSERVACIONES
1	ANDINO	4	12	3	\$6000,00; \$5500,00; \$3500,00	RESERVAS
2	UNICENTRO	2	11	4	\$ 3.000,00	
3	CINEMAS CENTRO	4	16	4	\$1800,00; \$1400,00	
4	CHAPINERO	2	N.D	N.D	N.D	
5	20 DE JULIO	2	8	2	N.D	
6	TUNAL	2	8	2	\$ 1.500,00	
7	AVENIDA CHILE	2	8	2	\$ 3.000,00	
8	BULEVAR NIZA	2	6	2	\$ 2.500,00	
9	GALERIAS	2	11	3	\$3000,00; \$2500,00	
10	PLAZA DE LAS AMERICAS	2	8	2	\$2000,00; \$1500,00	
11	ASTOR PLAZA	1	6	1	\$ 2.000,00	
12	AVIRAMA	1	4	1	\$ 1.700,00	
13	AZTECA	1	4	1	\$ 1.500,00	
14	ATENAS (X)	1	ROT	2	\$ 600,00	ROTATIVO 11 A.M.
15	BOGOTA (X)	1	3	1	N.D	
16	CALLE REAL	1	4	1	\$ 2.000,00	
17	ANDINO CINE BAR	1	3	1	\$5500,00; \$3500,00	RESERVAS
18	HDA. STA. BARBARA CINE BAR	2	6	2	\$ 8.500,00	RESERVAS
19	CINELANDIA	1	5	1	\$ 1.700,00	
20	AUDITORIO CALLE DEL AGRADO	1	2	1	\$ 1.000,00	CINE ARTE
21	TEATRO LIBRE	1	2	1	N.D	CINE ARTE
22	CINEMATECA DISTRITAL	1	1	1	\$ 1.100,00	CINE ARTE
23	M.A.M.(SALA LOS ACEVEDO)	1	3	1	\$ 1.500,00	CINE ARTE
24	COLSUBSIDIO (SALA DE MUSICA)	1	1	1	ENTRADA LIBRE	CINE ARTE
25	CINEMA EL PRADO (X)	1	ROT	1	\$ 1.500,00	ROTATIVO 1 P.M.
26	CINEMA PLAZA CENTRO (X)	1	ROT	1	\$ 1.500,00	ROTATIVO 11 A.M.
27	COLISEO (X)	1	ROT	1	\$ 1.200,00	ROTATIVO 1 P.M.
28	EL CID	1	3	1	\$ 1.800,00	
29	EMBAJADOR	1	3	1	\$ 1.800,00	
30	EL DORADO (X)	1	ROT	2	\$ 1.200,00	ROTATIVO 1 P.M.
31	ESMERALDA PUSSYCAT (X)	1	ROT	1	\$ 1.500,00	ROTATIVO 11 A.M.
32	EZIO	1	N.D	N.D	N.D	
33	FAENZA	1	ROT	2	\$ 1.000,00	ROTATIVO 11 A.M.
34	LIBERTADOR	1	3	1	N.D	
35	LUX	1	ROT	2	\$ 1.000,00	ROTATIVO 1 P.M.
36	METROPOL	1	4	1	\$ 1.500,00	
37	METROPOLIS	1	4	1	\$ 2.800,00	
38	MEXICO	1	4	1	\$ 1.500,00	
39	MINUTO DE DIOS	1	4	1	\$ 1.200,00	
40	MOGADOR (X)	1	ROT	2	\$ 800,00	ROTATIVO 12 M.
41	NOVEDADES (X)	1	C.C	1	\$ 1.000,00	CONTINUO 11 A.M.
42	OLYMPIA	1				
43	OPERA	1				
44	RADIO CITY	1				
45	RIVIERA	1				
46	ROYAL PLAZA	1				
47	SAN JORGE	1	ROT	1		ROTATIVO 12 M.
48	TEUSAQUILLO	1				
49	TERRAZA PASTEUR	1				
50	CINEMATECA T.P.B	1				
51	TEQUENDAMA (X)	1				



<b>TOTAL PANTALLAS</b>	<b>157</b>	<b>49</b>	<b>PUNTOS GEOGRÁFICOS</b>
<b>SALAS MULTIPANT.</b>	<b>27</b>	<b>136</b>	<b>TOTAL MULTIPANTALLAS</b>

**ENERO 2005**

No.	NOMBRE	CART.	No. F.	No. P.	PRECIOS	OBSERVACIONES
1	ANDINO	4	21	6	\$14000,00; \$9000,00; \$2000,00	RESERVAS
2	20 DE JULIO	2	10	2	N.D.	
3	AMÉRICAS MULTIPLEX	12	66	16	\$11000,00; \$8500,00; \$2000,00	RESERVAS
4	ATLANTIS	6	26	10	\$12000,00; \$9500,00	RESERVAS
5	AVENIDA CHILE	2	8	4	\$7500,00; \$2000,00	
6	BIMA	10	51	14	\$8000,00; \$4000,00	RESERVAS
7	BULEVAR NIZA	2	5	2	\$8000,00; \$4000,00	RESERVAS
8	CAFAM FLORESTA	6	28	9	\$9500,00; \$8000,00	RESERVAS
9	CEDRITOS MULTIPLEX	6	36	12	\$13500,00; \$10000,00; \$2000,00	RESERVAS
10	CENTRO CHIA	7	40	12	\$9000,00; \$7500,00; \$2000,00	RESERVAS
11	CENTRO-SUBA	2	11	4	\$6500,00; \$4000,00	
12	CHAPINERO	2	12	4	\$9500,00; \$7500,00; \$2000,00	
13	CINE CLUB EL MURO	1	4	1	N.D.	CINE ARTE
14	CINEMA ANTIGUA CALLE DEL AGRADO	1	3	1	N.D.	CINE ARTE
15	CINEMA PARAISO	1	3	1	\$ 13.000,00	RESERVAS
16	CINEMANIA	4	19	6	\$ 12.000,00	
17	CINEMATHECA DISTRITAL	1	3	2	N.D.	CINE ARTE
18	EL CORAZO (X)	1				

31	MOGADOR (X)	1				
32	NOVEDADES (X)	1				
33	ÓPERA PLAZA	2	8	2	\$ 6.000,00	
34	PATRIA	1	3	2	N.D.	
35	CINEMA PLAZA CENTRO (X)	1				
36	PLAZA DE LAS AMÉRICAS	8	38	12	\$8000,00; \$4000,00	RESERVAS
37	PORTAL DE LA 80	12	57	17	\$10500,00; \$7500,00; \$2000,00	RESERVAS
38	PORTOALEGRE	4	23	7	\$11800,00; \$9000,00	RESERVAS
39	RADIO CITY	1	5	2	\$ 5.000,00	PARQUEO GRATIS
40	SALITRE	8	41	13	\$9000,00; \$4000,00	RESERVAS
41	SAN RAFAEL	8	34	9	\$9500,00; \$8000,00	
42	TEQUENDAMA (X)	1				
43	TEUSAQUILLO	1	8	3	N.D.	
44	TUNAL	2	10	3	\$7000,00; \$4000,00	
45	UNICENTRO	8	45	15	\$14000,00; \$11000,00; \$2000,00	RESERVAS
46	UNISUR	2	10	3	\$6500,00; \$4000,00	
47	BOGOTÁ (X)	1				
48	AZTECA	1				CINE ARTE
49	PALATINO	4				RESERVAS

FASE	No.	NOMBRE DE SALA	AÑO	LOCALIZACIÓN	TIP. No.
PRIMEROS TEMPLOS	1	SALÓN OLYMPIA	1912	CENTRALIDAD	1
	2	CINERAMA	1915	CENTRALIDAD	T.A
	3	CIRCO SAN DIEGO	1915	CENTRALIDAD	T.A
	4	CALDAS	1917	CENTRALIDAD	1
	5	APOLO	1918	CENTRALIDAD	1
	6	MODERNO	1918	BARRIO	1
	7	BOGOTÁ	1918	CENTRALIDAD	1
	8	NARIÑO	1920	BARRIO	1
	9	REAL	1920	CENTRALIDAD	1
	10	FAENZA	1924	CENTRALIDAD	1
	11	ROXI	1928	CENTRALIDAD	1
EDIFICIOS DE LA MODERNIDAD	12	ALHAMBRA	1931	CENTRALIDAD	T.A
	13	BOGOTÁ (2)	1931	CENTRALIDAD	1
	14	NUEVO TEATRO	1932	CENTRALIDAD	1
	15	RIVOLI	1933	CENTRALIDAD	1
	16	ASTRAL	1935	CENTRALIDAD	1
	17	SANTA FE	1935	CENTRALIDAD	T.A
	18	SAN JORGE	1935	CENTRALIDAD	1
	19	GRANADA	1936	CENTRALIDAD	1
	20	ATENAS	1937	CENTRALIDAD	1
	21	METRO TEUSAQUILLO	1938	CENTRALIDAD	1
	22	REX	1938	BARRIO	N.D
	23	HOGAR	1940	CENTRALIDAD	T.A
	24	TEATRO OLYMPIA	1940	CENTRALIDAD	1
	25	COLOMBIA	1941	CENTRALIDAD	1
	26	ODEÓN	1941	CENTRALIDAD	1
	27	IMPERIO	1941	CENTRALIDAD	1
	28	AVENIDA	1942	BARRIO	1
	29	ALAMEDA	1943	CENTRALIDAD	1
	30	GLORIA	1943	BARRIO	1
	31	AMÉRICA	1944	BARRIO	1
	32	ENCANTO	1944	BARRIO	1
	33	ESPAÑA	1944	BARRIO	1
	34	MURILLO	1944	BARRIO	1
	35	SANTA BÁRBARA	1944	BARRIO	1
	36	AYACUCHO	1945	CENTRALIDAD	1
	37	SUCRE	1945	BARRIO	1
	38	ROSARIO	1945	BARRIO	1
	39	ALCÁZAR	1945	BARRIO	1
	40	ALCALÁ	1946	BARRIO	1
	41	ARIEL	1946	CENTRALIDAD	2
	42	NEWS-REEL	1946	CENTRALIDAD	T.A
	43	CANCILLER	1946	CENTRALIDAD	1
	44	CINE METRO	1947	CENTRALIDAD	1
	45	JUNÍN	1947	BARRIO	1
	46	MOGADOR	1947	CENTRALIDAD	1
	47	NURIA	1947	BARRIO	1
	48	PALERMO	1947	BARRIO	1
	49	ROMA	1947	BARRIO	1
	50	SANTANDER	1947	BARRIO	1
	51	20 DE JULIO	1948	BARRIO	1
	52	ALADINO	1948	CENTRALIDAD	1
	53	CHILE	1948	BARRIO	1
	54	EL DORADO	1948	CENTRALIDAD	1
	55	ESCORIAL	1948	BARRIO	1
	56	IDEAL	1948	CENTRALIDAD	1
	57	NEW HALL	1948	CENTRALIDAD	1
	58	CLAVER	1949	BARRIO	T.A
	59	MARIA VICTORIA	1949	CENTRALIDAD	1
	60	CARACAS	1949	CENTRALIDAD	1
	61	COLISEO	1949	CENTRALIDAD	2



62	METROPOL	1949	CENTRALIDAD	1
63	RIO	1949	CENTRALIDAD	1
64	SABANA	1949	CENTRALIDAD	1
65	SANTA CECILIA	1949	BARRIO	2
66	SANTALUCÍA	1949	BARRIO	1
67	TIRSO DE MOLINA	1949	BARRIO	1
68	TRANSLUX	1949	CENTRALIDAD	1
69	RIVOLI (2)	1949	BARRIO	N.D
70	CALIFORNIA	1950	CENTRALIDAD	1
71	EGIPTO	1950	BARRIO	1
72	MARIA LUISA	1950	BARRIO	1
73	OSKAR	1950	BARRIO	1
74	SAN LUIS	1950	BARRIO	1
75	UNIÓN	1950	BARRIO	T.A
76	CALDAS (2)	1950	CENTRALIDAD	2
77	TREVI	1951	CENTRALIDAD	T.A
78	BOCHICA	1951	CENTRALIDAD	N.D
79	EL CID	1951	CENTRALIDAD	2
80	AMERICANO	1952	BARRIO	2
81	FAUSTO	1952	BARRIO	1
82	SAN CARLOS	1952	CENTRALIDAD	1
83	STELLA	1952	CENTRALIDAD	1
84	REGIO	1952	BARRIO	1
85	LA COMEDIA	1954	CENTRALIDAD	1
86	ANDES	1955	BARRIO	N.D
87	SEXTA AVENIDA	1955	BARRIO	1
88	PATRIA	1955	BARRIO	1
89	LAS CRUCES	1956	BARRIO	1
90	CINELINCE	1956	CENTRALIDAD	2
91	ATLAS	1957	CENTRALIDAD	2
92	AVIRAMA	1957	BARRIO	1
93	EL CARMEN	1957	BARRIO	1
94	LA HABANA	1957	BARRIO	T.A
95	LIDO	1957	CENTRALIDAD	1
96	TEQUENDAMA	1957	CENTRALIDAD	2
97	COPELIA	1958	BARRIO	1
98	EDÉN	1958	BARRIO	T.A
99	LIBIA	1958	CENTRALIDAD	2
100	ARLEQUÍN	1959	BARRIO	2
101	BACHUÉ	1959	BARRIO	1
102	CATALUÑA	1959	BARRIO	1
103	CÓNDOR	1959	BARRIO	1
104	MÉXICO	1959	CENTRALIDAD	1
105	CADIZ	1960	BARRIO	1
106	ELVIRA	1960	BARRIO	1
107	ALMIRANTE	1960	BARRIO	1
108	LA CARRERA	1960	CENTRALIDAD	2
109	LUCÍA	1960	CENTRALIDAD	1
110	CARIBE	1961	BARRIO	1
111	CINE CHICÓ	1962	BARRIO	3
112	MIRAMAR	1962	BARRIO	1
113	PONCE	1962	CENTRALIDAD	1
114	ÓPERA	1964	CENTRALIDAD	1
115	LIBERTADOR	1965	CENTRALIDAD	2
116	PONCE DEL SUR	1965	BARRIO	1
117	QUIROGA	1965	BARRIO	1
118	RADIO CITY	1965	CENTRALIDAD	1
119	CANTOR	1966	BARRIO	1
120	CALYPSO	1966	BARRIO	1
121	EL LAGO	1966	BARRIO	2
122	EZO	1966	BARRIO	1
123	IRIS	1966	BARRIO	1
124	SCALA CINERAMA	1966	CENTRALIDAD	1

CRISIS Y NUEVAS PROPUESTAS	125	CASTELLANA	1967	BARRIO	1
	126	TISQUESUSA	1967	CENTRALIDAD	3
	127	SUA	1968	CENTRALIDAD	2
	128	EMBAJADOR	1969	CENTRALIDAD	1
	129	ICODES	1969	CENTRALIDAD	2
	130	METRO RIVIERA	1969	CENTRALIDAD	2
	131	ARISTI	1969	BARRIO	1
	132	PRESIDENTE	1969	CENTRALIDAD	1
	133	MILÁN	1969	BARRIO	1
	134	KENNEDY	1970	BARRIO	1
	135	ADRIANA	1970	BARRIO	1
	136	MINUTO DE DIOS	1971	BARRIO	1
	137	BACATÁ	1973	CENTRALIDAD	2
	138	SAN REMO	1973	BARRIO	2
	139	CINEMATECA DISTRITAL	1973	CENTRALIDAD	T.A
	140	CINELANDIA	1975	CENTRALIDAD	1
	141	CINEMAS CENTRO	1975	CENTRALIDAD	3
	142	AUTO-CINE LOS HÉROES	1975	CENTRALIDAD	3
	143	CINEMAS UNICENTRO	1976	CENTRALIDAD	3
	144	ROYAL PLAZA	1977	CENTRALIDAD	1
UNA NUEVA ERA	145	SALA MUSEO DE ARTE MODERNO	1979	CENTRALIDAD	T.A
	146	CINEMAS CHAPINERO	1979	CENTRALIDAD	3
	147	TEATRO COLSUBSIDIO	1980	CENTRALIDAD	T.A
	148	ASTOR PLAZA	1981	CENTRALIDAD	1
	149	CINEMAS AVENIDA CHILE	1983	CENTRALIDAD	3
	150	CINEMAS RICAURTE	1984	CENTRALIDAD	3
	151	SALA CAMARÍN DEL CARMEN	1985	CENTRALIDAD	T.A
	152	FUNDACIÓN GILBERTO ALZATE A.	1985	CENTRALIDAD	T.A
	153	CINEMAS 20 DE JULIO	1985	CENTRALIDAD	3
	154	SIMÓN BOLÍVAR	1986	BARRIO	1
	155	CINEMAS GALERÍAS	1987	CENTRALIDAD	3
	156	CINEMAS TUNAL	1988	CENTRALIDAD	3
	157	TERRAZA PASTEUR	1988	CENTRALIDAD	3
	158	CINEMAS UNISUR	1989	CENTRALIDAD	3
	159	CINEMAS BULEVAR NIZA	1989	CENTRALIDAD	3
	160	CINEMAS HACIENDA SANTA BÁRBARA	1990	CENTRALIDAD	3
	161	CINEMAS PLAZA DE LAS AMÉRICAS	1990	CENTRALIDAD	3
	162	MULTIPLEX ANDINO	1993	CENTRALIDAD	3
	163	CINEMAS CENTRO SUBA	1995	CENTRALIDAD	3
	164	MULTIPLEX PORTOALEGRE	1995	CENTRALIDAD	3
	165	MULTIPLEX AMÉRICAS	1996	CENTRALIDAD	3
	166	CINEMAS ISERRA 100	1996	CENTRALIDAD	3
	167	MULTIPLEX METRÓPOLIS	1996	CENTRALIDAD	3
	168	MULTIPLEX SALITRE	1997	CENTRALIDAD	3
	169	MALOKA	1997	CENTRALIDAD	O.T
	170	CINE CLUB MAGITINTO	1998	CENTRALIDAD	T.A
	171	CINE BAR LUMIÈRE	1998	CENTRALIDAD	T.A
	172	MULTIPLEX BIMA	1998	CENTRALIDAD	3
	173	CINEMA PARAÍSO	1999	CENTRALIDAD	T.A
	174	MULTIPLEX CENTRO CHÍA	1999	CENTRALIDAD	3
	175	MULTIPLEX ATLANTIS	2000	CENTRALIDAD	3
	176	CINE BAR GÓTICA	2000	CENTRALIDAD	T.A
	177	CINEMANÍA	2001	CENTRALIDAD	2
	178	MULTIPLEX CAFAM FLORESTA	2001	CENTRALIDAD	3
	179	MULTIPLEX CEDRITOS	2002	CENTRALIDAD	3
	180	MULTIPLEX DIVER PLAZA	2004	CENTRALIDAD	3
	181	MULTIPLEX PORTAL 80	2004	CENTRALIDAD	3
	182	MULTIPLEX SAN RAFAEL	2004	CENTRALIDAD	3
	183	MULTIPLEX PALATINO	2005	CENTRALIDAD	3



SALAS DE CINE	DIRECCIÓN
SANTAFE	CALLE 28 No. 13-84
ADRIANA	CRA. 40 C No. 60 B 14
ALADINO	CALLE 60 No. 13-70
ALAMEDA	CRA. 13 No. 15-31
ALCALA	CRA. 4 No. 6-79
ALCAZAR / ALCAZARES	CRA. 22 No. 66-88
ALHAMBRA	CALLEJÓN DEL EDIF. LÓPEZ, CALLE 14
ALMIRANTE	CALLE 85 No. 18-23
AMERICA	CRA. 25 No. 22 C 87
AMERICANO	CRA. 16 No. 48-52
ANDES	CRA. 28 No. 8-50
APOLO	CALLE 17 No. 9-41
ARIEL	CRA. 13 No. 20-99
ARISTI	TUNJUELITO
ARLEQUIN	CRA. 23 No. 41-64
ASTOR PLAZA	CALLE 67 No. 11-48
ASTRALAT / METRO	CRA. 7 No. 21-76
ATENAS	CALLE 12 No. 6-48
ATLAS / NOVEDADES	CALLE 12 No. 6-28
AUTOCINE LOS HÉROES	LOS HÉROES
AVENIDA/LAIKA	AV. 1 No. 5-24
AVIRAMA	FONTIBÓN
AYACUCHO	CRA. 9 No. 7-07
BACATÁ	CRA. 9 No. 23-25
BACHUE	CALLE 37 SUR No. 48-88
BOCHICA	CALLE 19 No. 18-37
BOGOTA	CALLE 22 No. 5-82
BOYACÁ	CRA. 7 A No. 69 A 48
C.C. CEDRITOS	DIAG. 150 No. 31-41
C.C. RICAURTE	CRA. 28 No. 10-84
C.C. TUNAL	CALLE 47 B SUR No. 24 B 33
C.C. UNICENTRO	AV. 15 No. 123-10
C.C. ANDINO	CRA. 11 No. 82-51
C.C. ATLANTIS	CALLE 81 No. 13-08
C.C. AVENIDA CHILE	CALLE 72 No. 10-34
C.C. BIMA	AUTONORTE CON CALLE 280
C.C. BULEVAR NIZA	CRA. 52 No. 125 A 88
C.C. CENTRO CHIA	CHÍA
C.C. CENTRO SUBA	CALLE 140 No. 92-89
C.C. CHAPINERO	CALLE 63 No. 10-97
C.C. CIVER PLAZA	TRANSV. 96 No. 70 A 85
C.C. GALERIAS	CALLE 53 No. 26-30
C.C. ISERRA 100	CALLE 100 AV. SUBA
C.C. PLAZA DE LAS AMERICAS	TR. 64 A No. 36 A 50 SUR
C.C. PORTAL DE LA 80	AV. CALLE 80 NO. 100-52
C.C. PORTDALEGRE	CRA. 32 No. 337-27
C.C. SALITRE	AV. LA ESPERANZA 68 B No. 40-39
C.C. SAN RAFAEL	CALLE 137 No. 47-51 LOCAL 401
C.C. TERRAZA PASTEUR	CRA. 7 No. 23-56
CADIZ/CINE. EL BOSQUE	CENTRO ANTONIO NARIÑO
CAFAM FLORESTA	TR. 48 No. 94-97
CALDAS/CIN. EL PRADO	CRA. 13 No. 57-35
CALIFORNIA	CALLE 22 No. 4-51

CALIPSO	CALLE 1 C No. 27-27
CAMERIN DEL CARMEN	CALLE 8 No. 4-83
CANTOR	SAN CARLOS
CAPITOL/CANCILLER/EDICINE	CRA 8 No. 10-76
CARACAS	CRA 14 No. 12-73
CARIBE	AV. 68 No. 46-30
CATALUÑA	CRA 7 No. 51-05
CENTRO MAG. CULT. MAGIWIYO	CRA 6 No. 117-12
CHILE	CALLE 71 No. 18-25
CINE - BAR GÓTICA	CRA 18 No. 82-52
CINE - BAR LUMIERE	CRA 14 No. 85-59
CINE BAR HAC. S. BARBARA	CRA 7 CALLE 116
CINE CHICÓ	CALLE 88 CRA 109
CINE METRO	CRA 7 No. 22-58
CINELANDIA	CRA 13 No. 65-79
CINELANDY/CINELINCE	CRA 15 No. 15-39
CINEMAS CENTRO	CALLE 24 No. 7-23
CINEMA AZTECA / SALA FUNDADORES U. CENTRAL	CALLE 22 No. 3-81
CINEMA PARAÍSO	CRA 8 No. 118 B 58
CINEMA PLAZA CENTRO	CRA 7 No. 22-20
CINEMANIA	CRA 14 No. 82 A 85
CINEMATICA DISTRICTAL	CRA 7 No. 22-79
CLAVER	CALLE 22 B No. 25-48
COLISEO	CRA 7 No. 27-48
COLOMBIA / JORGE E. GAITÁN	CRA 7 No. 22-59
COMEDIA / TEATRO LIBRE	CALLE 62 No. 10-65
CONDOR	CRA 65 No. 75-81
CONTINENTAL	CRA 7 A No. 4-28
CONTINUO	CRA 12 No. 25-34
COPELIA	CALLE 88 No. 44-70
CUBA	CALLE 26 No. 2-88
EDEN	CRA 33 No. 89-14
EGIPTO	CALLE 12 No. 79 E
EL CARMEN	DIAZ 31 SUR No. 31 A 38 SUR
EL CID	CRA 9 No. 24-05
EL DORADO	CALLE 17 No. 4-88
EL LAGO	CALLE 77 No. 15-38
ELVIRA	CRA 62 No. 85-81
EMBAJADOR	CALLE 28 No. 8-04
ENCANTO	CALLE 12 No. 25-09
ESCORIAL/FANTASIA	CALLE 54 A No. 18-05
ESMERALDA	CRA 73 No. 22-22
ESPAÑA	CRA 18 No. 12-26
EZIO	CALLE 3 No. 55-60
FAENZA	CALLE 22 No. 8-30
FAUSTO	CRA 31 CALLE 85
GLORIA	CALLE 13 No. 21-82
GRANADA	CALLE 4 No. 8-88
HOGAR	CRA 4 No. 18-89
ICODES/CINEMA CALLE DEL AGRADO	CALLE 16 No. 4-73
IDEAL	CRA 14 No. 1-50
IMPERIO	CALLE 83 No. 118-67
IRIS	TRANSV. 78 A No. 41 F 06

JUNIN	CRA 31 No. 78-58
KENNEDY	CALLE 38 SUR No. 73 B 07
LA CARRERA	CRA 7 No. 23-7
LA CASTELLANA	CALLE 95 No. 30-13
LA COMEDIA	CALLE 62 No. 10-65
LA HABANA	CRA 17 No. 15-40
LA PRADERA	CRA 64 A No. 8-68
LA SALITA	CALLE 24 No. 6-51
LAS CRUCES	CRA 8 No. 1-97
LIBERTADOR	CRA 9 No. 3-39 / CRA 14 No. 53-12 INT. 7
LIBIA	CRA 7 No. 18-27
LIDO	CALLE 16 No. 6-06
LUCIA	CRA 13 No. 56-23
LUX	CRA 8 No. 19-61
MÁLOKA	CARRERA 88 D No. 40 A 51
MARIA LUISA / ALPHA 2	AV. CARACAS ENTRE CALLES 73 Y 74
MARIA VICTORIA / TEUSAQUILLO	CRA 13 No. 33-50 / 58
METRO RIVIERA	CRA 13 No. 58-08
METRO TEUSAQUILLO	CALLE 34 No. 13-32
METROPOL	CALLE 24 No. 6-31
METRÓPOLIS I	AV. 68 No. 75 A 50
MEXICO	CALLE 22 No. 5-65
MLAN	CRA 100 No. 30-24
MINUTO DE DIOS	TR. 74 No. 82 A 81
MIRAMAR	CRA 18 No. 43-50
MODERNO	CALLE 2 ENTRE CRAS. 8 Y 9
MOGADOR	CALLE 23 No. 6-19
MULTIPLEX AMERICAS	TR. 64 A No. 26 A 50 SUR
MURILLO	CRA 19 No. 21-21 SUR
MUSEO DE ARTE MODERNO	CALLE 24 No. 6-00
NARIÑO	CALLE 2 No. 8-68
NEW HALL / CONTINUO+A107	CRA 13 No. 20-34
NEWS - REEL / ESTRELLA	SÓTANOS AVENIDA JIMÉNEZ
NUEVO	CRA 14 No. 7-08
NURIA	CALLE 50 No. 16-25
ODEON	CRA 5 No. 14-71
OLYMPIA (2)	GLL. 25 No. 9-07
OPERA	CRA 13 26-81
OSKAR	CRA 19 No. 22 D 10
PALERMO	CALLE 45 No. 13-40
PÁTRIA	CRA 7 CON CALLE 105
P.C. PLAZA SUR 1 / UNISUR 1	CRA 3 No. 20 A 02 AUTOSUR (SOAQA)
PONCE	CALLE 13 No. 11-87
PONCE DEL SUR	CALLE 15 SUR No. 26-19
PRESIDENTE	CRA 10 CALLE 9
QUIROGA	CALLE 40 SUR No. 23-72
RADIO CITY	CRA 13 No. 41-36
REAL	CRA 7 No. 13-58 / CR. 15 No. 13-47
REGIS / REGIO	CALLE 68 No. 26-45
REX	TUNJUELITO
RIO	CALLE 13 No. 23-27
RIVOLI	CRA 15 No. 14-13
RIVOLI (2)	CALLE 22 SUR No. 16-16
ROMA	CALLE 66 No. 17-34

ROSARIO	CRA. 31 No. 63 D 55
ROXY / LUX	CRA. 8 CALLE 28
ROYAL PLAZA	CRA. 13 No. 65-68
SABANA	CALLE 13 No. 15-25
SALA SKANDIA	AV. 19 No. 113-30
SAN BERNARDO	CRA. 13 No. 3-37
SAN CARLOS	CRA 13 No. 61-24
SAN JORGE	CRA. 15 No. 13-65
SAN LUIS	CRA. 15 No. 53-53
SAN REMO	CRA. 83 No. 77-85
SANTA BARBARA	CRA. 7 No. 4-75
SANTA CECILIA	CRA. 21 No. 28-60 SUR
SANTA LUCIA	DIAG. 48 SUR No. 18 C 48
SANTANDER	CALLE 18 SUR No. 28 A 80
SCALA CINERAMA	CALLE 72 No. 14-08
SEX - CINE EL EDEN	CRA. 8 No. 16-78
SEXTA AVENIDA	AV. 8 No. 18 B 18
STELLA / ORIÓN	CRA. 13 No. 14-24
SUA	CRA. 7 ENTRE CALLES 22 Y 23
SUCRE	CRA. 17 No. 17-33 SUR
TEATRO SIMÓN BOLÍVAR	CRA. 7 No. 185-21
TEQUENDAMA	CRA. 13 No. 20-53
TIRSO DE MOLINA	CALLE 69 No. 17-39
TISQUESUSA	CRA 10 No. 27-27 INT 153
TRANS LUX	AV. CARACAS No. 20-34
TREVI	CRA 13 ENTRE CALLES 46 Y 47
UNION	CRA 4 No. 32-60



